

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Concepció de la proposta

Les investigacions realitzades al voltant del tercer sector a Catalunya han contribuït a reflectir la situació real dins d'un marc contextual i les seves entitats.

Els resultats obtinguts han aportat una panoràmica precisa i fragmentària de la realitat com a conseqüència del caràcter segmentari dels estudis. La carència d'estudis generalistes sobre el tercer sector no determinen quina és la problemàtica existent.

La planificació d'un concert per a una ONL des de la perspectiva de les Relacions Públiques és el plantejament temàtic del projecte al llarg del curs; es prosseguirà amb una premissa sectària i que es durà a terme mitjançant una investigació d'índole professional.

Tal investigació estarà definida en dues parts. La primera constarà de veure l'estructuració interna i contextualització de l'ONL dins la comunitat:

- Quina és la seva estructura organitzacional?
- Quina és la missió, visió i valors de l'ONL?
- Quins són els seus objectius a assolir?
- Quina tipologia d'ONL és?
- Quins serveis presta a la comunitat?
- Quin és el protocol intern d'actuació present?
- Quina és la font de finançament?

I la segona es portarà a terme la planificació fictícia l'esdeveniment:

- Quines són les necessitats comunicatives de l'ONL?
- Quina és la problemàtica de comunicació de l'ONL?
- Quines són les accions de comunicació que s'hauran de realitzar?
- Quin és el pressupost assignat?

Índex

Introducció	4
Coneixement de la proposta plantejada	5
Definició de l'objecte d'estudi	6
Definició dels objectius generals i específics	6
1. Localització i plantejament de problemes	7
1.1 Contacte amb representants de l'organització i revisió de la seva documentació	7
1.2 Entrevistes i revisió de documents consultant fonts alternatives	10
2. Estudi exhaustiu de l'organització i el seu entorn	10
2.1 Formalització concreta de problemes i formulació d'objectius de canvi i desenvolupament de l'organització	10
2.2 Formulació dels coneixements necessaris per a confirmar el diagnòstic mitjançant el treball de camp	16
3. Desenvolupament del marc teòric i metodològic	17
3.1 Revisió de literatura tècnica sobre la solució de problemes i l'assoliment d'objectius afins als del nostre cas	17
3.2 Revisió de teories, models i mètodes d'investigació científica que proporcionin, o ajudin a localitzar, el nou coneixement que necessitem	19
4. Planificació i desenvolupament del treball de camp	30
4.1. Formulació d'universos d'estudi i objectius d'investigació, planificació metodològica i desenvolupament de treball de camp	30
4.2. Recopilació de dades i interpretació de resultats	31
5. Projecció i desenvolupament d'accions de comunicació	32
5.1. Programació d'accions concretes de comunicació orientades per l'estratègia definides a partir dels resultats de la investigació. Planificació i coordinació temporal de totes les accions.	32
5.1.1. Accions protocol·làries i normatives de caràcter intern	32
5.1.2. Accions de comunicació dirigides als grups d'interès	35
5.1.3. Concert benèfic	37

6. Controls d'eficàcia	41
6.1. Disseny de proves de control	41
Bibliografia	44
Webgrafia	46
Taules	49
Imatges	49
ANNEXES I	50
ANNEXES II	56
ANNEXES III	88
ANNEXES IV	90
ANNEXES V	94

Introducció

La literatura referenciada a les Organitzacions No Lucratives és bastant escassa. No s'han portat a terme prou estudis per la formulació d'una definició que les englobi a totes. La complexitat i la varietat d'objectes que defensen, compliquen el seu estudi acadèmic.

Són moltes les nomenclatures que les descriuen: Tercer Sector, sector no lucratiu, organitzacions sense ànim de lucre, sector voluntari, Organització No Governamental (ONG),...

Les ONL's han constituït un nou espectre dimensional per la seva peculiaritat tipològica; ni són governamentals ni privades amb finalitats lucratives. Tanmateix, compleixen amb aportar solucions i cobrir necessitats desateses per les institucions públiques i polítiques. De fet, les persones que hi treballen estan molt compromeses amb la seva missió i visió que projecten. La seva dimensió conceptual la conforma nombroses activitats de diferents índoles: cultural, sanitària, d'investigació, protecció al medi ambient, cooperació i desenvolupament, etc.

L'objectiu generalista d'aquestes organitzacions és aconseguir cohesionar a la societat per promoure valors democratitzats. Per a això s'ha d'incentivar la participació social i involucrar a la ciutadania en la problemàtica actual.

L'altruisme i la solidaritat individual i col·lectiva són els dos valors predominants que afavoreix a la proliferació de petites organitzacions que sorgeixen en èpoques de crisis econòmiques i financeres rellevants. A la pèrdua del benestar social se li afegeix una devaluació en els valors i, és per això que moltes ONL's tenen com a treball intrínsec reforçar-los i afermar-los.

Cada situació de crisi genera canvis permanents que impregna a la ciutadania i apareixen oportunitats que ben gestionades poden beneficiar al conjunt de la societat. L'última origenà una devastadora pèrdua adquisitiva que va agreujar condicions de per si molt minvades i va contribuir a l'aparició de necessitats ja consolidades. La seva conseqüent falta de recursos econòmics propiciada per aquesta situació, ha comportat a les organitzacions a ser més enginyoses en la gestió per poder-se adaptar al nou paradigma actual.

Les ONL's sempre han centrat els seus esforços i recursos en la recerca de nous fons de finançament per adquirir autonomia econòmica sense construir una imatge corporativa prou ferma per a transmetre valor reputacional i sensibilitzar a la societat i comprometre-la amb la causa que es defensa.

L'objectiu principal d'aquest projecte recau en la comunicació duta a terme per les Organitzacions No Lucratives identificant la seva problemàtica, per desenvolupar un diagnòstic i proposar una solució.

La solució vindrà formulada per una fase de recerca que ens contextualitzarà, de forma general i específica, a l'associació escollida; d'un diagnòstic que revelarà la problemàtica i, finalment, d'una estratègia en consonància amb la recerca realitzada per a la resolució dels objectius proposats.

La resolució estarà emmarcada en un pla de comunicació l'acció central de la qual serà la planificació d'un concert per a una ONL. No obstant això i secundàriament, s'implementarà amb altres accions dirigides a grups d'interès.

L'associació per a persones discapacitades de Palau-solità i Plegamans, ADISPAP, és l'escollida per a dur a terme aquesta investigació.

Coneixement de la proposta plantejada

Com a conseqüència de la crisi econòmica; la desconfiança de la societat cap a l'estament governamental; als nombrosos casos de corrupció i a la inoperància de la classe política enfront d'aquests fets, ha portat, en els darrers anys, a la proliferació de moviments socials descontents per la conducta i comportament del bipartidisme instaurat, gairebé, d'ençà que fou constituïda la Democràcia a Espanya.

L'heterogeneïtat de les nombroses organitzacions, plataformes i associacions sorgides d'aquests moviments, i les que ja estaven constituïdes, treballen per fer front a les necessitats socials agreujades pels factors anteriorment esmenats.

Gran part de la meua vida he estat, i segueixo estant, adscrita a diverses associacions no lucratives que treballen per la inserció social d'un segment de la ciutadania. A mesura que anava passant el temps, m'he anat involucrant en els seus rols i adquirint responsabilitats fins a arribar al dia d'avui, en el que porto, conjuntament amb una altra persona, un programa radiofònic que gira al voltant de l'entorn d'una d'aquestes associacions.

La confiança que les diferents associacions van dipositar i continuen dipositant en mi per formar part d'elles m'ha emprat enormement per conèixer la problemàtica a la qual s'han d'enfrontar diàriament i les vies que han utilitzat i utilitzen per donar-li solució.

El ramal acadèmic elegit per desenvolupar la meua activitat laboral en un futur immediat – Relacions Públiques - i un dels problemes present en el tercer sector – vincular la comunicació social amb l'heterogeneïtat d'ONLs existents – estan relacionats entre si. El contacte dialèctic i negociador entre institucions públiques o/i privades, a més de la necessitat de pertinença dins d'una comunitat són activitats comunes i característiques d'aquest sector.

Definició de l'objecte d'estudi

L'objecte d'estudi d'aquest projecte és esbrinar mitjançant una investigació, les estratègies de comunicació que tenen o no a l'abast una associació, de caràcter local, dedicada a l'atenció de persones discapacitades en el temps de lleure. L'associació escollida per a afinitat personal és ADISPAP, situada a Palau-solità i Plegamans.

Definició dels objectius generals i específics

Objectius generals:

- Contextualitzar a l'associació en el marc actual.
- Crear una campanya de comunicació per a ADISPAP amb una única acció.
- Realitzar un diagnòstic per detectar possibles errors i encerts de les estratègies comunicatives dutes a terme per ADISPAP.
- Incentivar les sol·licituds per a fer-se soci voluntàriament.
- Contribuir al benestar de l'associació i el del seu entorn.
- Sensibilitzar al públic objectiu propens a realitzar donacions.

Objectius específics:

- Per mitjà de l'acció comunicativa arribar al públic objectiu.
- Elaborar i descriure un pla protocol·lari intern.
- Identificar els mitjans de comunicació idonis per ADISPAP.
- Conèixer al col·lectiu amb qui treballa ADISPAP i així determinar les seves necessitats, expectatives i percepcions.
- Definir les fonts de finançament d'ADISPAP.
- Augmentar la visibilitat en conjunt d'ADISPAP dins de la comunitat.
- Determinar el pressupost final.

1. Localització i plantejament de problemes

1.1. Contacte amb representants de l'organització i revisió de la seva documentació

L'Associació de **D**iscapacitats de **P**alau-solità i **P**legamans (ADISPAP) fou constituïda el 5 d'octubre de 1995 com a una associació independent i autònoma dels poders públics, així com de qualsevol organització política, sindical o religiosa.

ADISPAP neix d'un clam popular. A Palau-solità i Plegamans hi havia "Palau Solidari", una associació de caràcter social i solidària formada per vilatans i vilatanes del poble. Un petit grup de membres que la conformaven eren mares i familiars de persones discapacitades que exposaven a les reunions els neguits i problemàtiques diàries que sorgien vers la societat. Davant aquesta disjuntiva acordà treballar conjuntament per tramitar tota la burocràcia necessària per constituir una associació per a persones discapacitades. Durant tot aquest procés varen comptar amb l'ajuda, col·laboració i assessorament de l'associació, de la mateixa índole, instaurada a Caldes des de feia un temps.



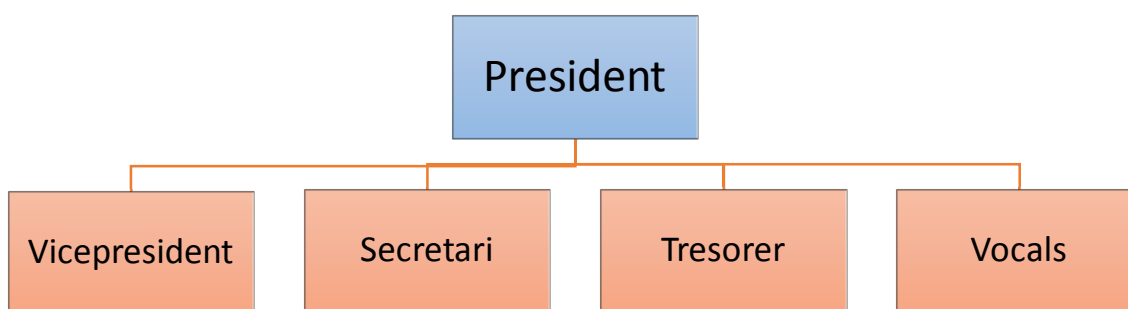
El logotip d'ADISPAP reflecteix un gran simbolisme gràcies als elements gràfics presents i a les seves connotacions. Per una banda, la papallona transmet diversitat i llibertat condicionants. Per altra banda, la posició de la mà denota solidaritat, igualtat i compromís.

El domicili fiscal de l'associació s'estableix al carrer Camí Reial 56, però les activitats de lleure sempre s'han dut a terme en el Centre Cívic, just darrere de l'anterior ubicació del CAP (Centre d'Atenció Primària) del poble. En un principi, l'espai era reduït i no estava condicionat per albergar les necessitats presents dels usuaris/àries. No obstant això i després del trasllat del servei mèdic a la seva nova ubicació i la posterior remodelació realitzada a l'edifici per convertir-ho en una seu social, ADISPAP ha guanyat en espai i millores per dur a terme les activitats.

La missió constructiva de l'associació és promoure la integració i la igualtat d'oportunitats de les persones discapacitades vers la societat i oferir suport a les seves famílies en el dia a dia. Mentre que la visió se centra a millorar les condicions de vida de les persones amb discapacitats dins la comunitat per dur a terme la plena integració.

L'associació ADISPAP està constituïda per cinc tipus de públics objectius amb caràcters diferents, però amb necessitats i problemàtiques molt similars:

- **Junta Directiva.** Organigrama:



Els membres en la seva majoria han estat o són familiars directes dels usuaris/àries. L'actual Junta la presideix l'Alfonso Navarro, President de l'extinta associació "Palau Solidari".

- **Socis/sòcies.** En aquest grup s'ha de distingir dos vessants. Per una part, hi trobem familiars directes que per segons quines situacions hi participen de manera molt esporàdica. Per l'altra part, estan les persones físiques (a vegades també jurídiques) que volen contribuir de forma altruista; en quelcom casos, col·laboren per la coneixença de familiars, amics, veïns, etc.
- **Voluntàries/is.** Persones, en quelcom situacions poden ser familiars, que creen i coordinen les activitats i sortides de lleure destinades als usuaris i usuàries. Ara per ara ADISPAP compta amb una coordinadora del voluntariat i dues voluntàries més. La coordinadora porta tot el gruix de les incidències i problemàtica que pugui haver-hi vers als usuaris/usuàries i només ella pot accedir a la informació de caràcter confidencial que els familiars li subministra de les persones a càrrec seu.
- **Familiars.** Pares, mares i germans/es de les persones discapacitades que assíduament participen en les activitats i sortides programades.

- **Usuaris/àries.** Grup de persones que pateixen quelcom discapacitat física o psíquica. Bona part d'elles participen assíduament a les activitats i sortides programades per ADISPAP. La resta, per motius diversos, només hi són presents en determinats esdeveniments.

Els públics formats pels familiars i els socis/sòcies es diferencien bàsicament pel tipus de quota. en el cas dels primers, la quota és mensual però, els segons compta amb una de caràcter anual.

Les activitats de lleure que duen a terme els usuaris/àries fomenta les seves habilitats funcionals i cognitives, a més de reforçar els valors constructius de l'associació.



Fotografia d'elaboració pròpia: Usuaris i usuàries realitzant treballs manuals.

1.2. Entrevistes i revisió de documents consultant fonts alternatives

Per tal d'endinsar-nos més en la coneixença d'ADISPAP i esbrinar el seu estat actual, referent a la comunicació, s'ha dut a terme la confecció de cinc guions d'entrevistes per a cadascú dels públics objectius que la conforma. La consecució de les entrevistes ens portarà a realitzar un diagnòstic de la possible problemàtica present.

No obstant això, la revisió de material i documentació intern de l'associació permetrà complementar la informació analitzada un cop s'hagi realitzat les entrevistes. Els guions de les entrevistes estan en ANNEXES I i les posteriors transcripcions a ANNEXES II.

2. Estudi exhaustiu de l'organització i el seu entorn

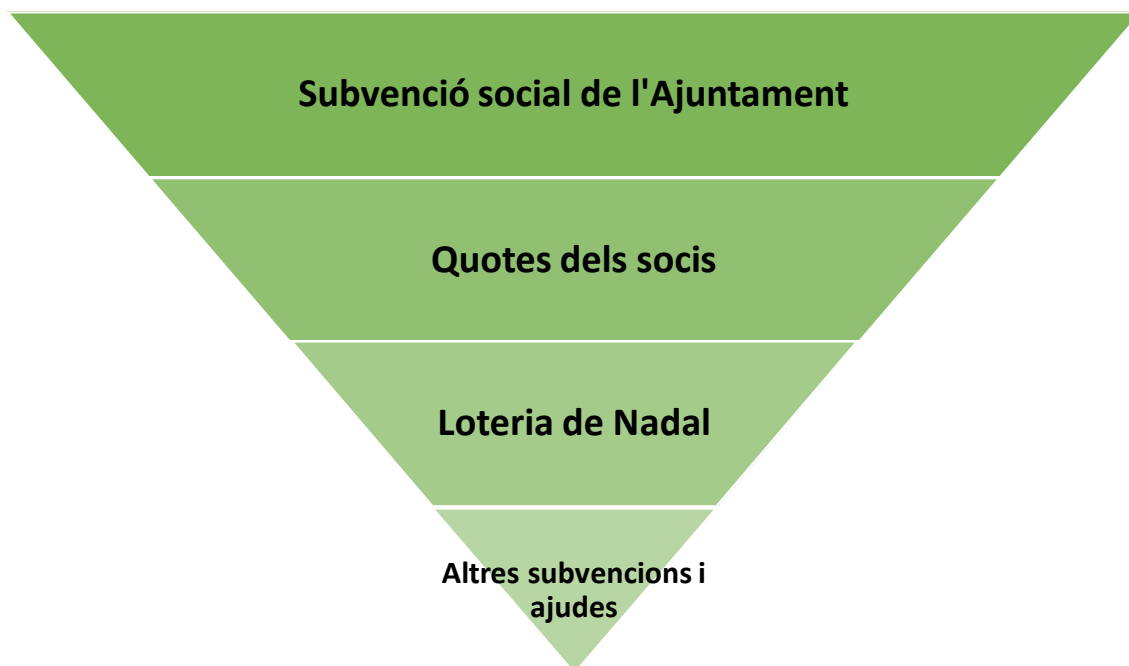
2.1. Formalització concreta de problemes i formulació d'objectius de canvi i desenvolupament de l'organització

Gràcies a la disponibilitat i disposició dels diferents públics objectius que forma ADISPAP, s'han dut a terme les corresponents entrevistes per realitzar un exhaustiu diagnòstic de la situació actual.

Els resultats obtinguts de les entrevistes han estat analitzats de manera segmentada, com podem observar a continuació:

- Entrevista realitzada a l'Alfonso, President de l'associació.
 - El WhatsApp i el correu electrònic són els principals mitjans de comunicació dins l'associació.
 - Com a punt fort cal destacar la munió que existeix entre bona part dels pares i familiars.
 - Com a punt feble, tot i que hi ha germanor per part de tots els actors presents, no tothom col·labora i s'implica com s'espera.

- L'associació no és prou visible vers la societat i hauria de ser-hi més present a la premsa local i en els mitjans de comunicació locals en general.
- Contradictòriament a l'anterior punt, l'associació és bastant coneguda i això afavoreix a l'hora de demanar col·laboració. La marca ADISPAP denota confiança, responsabilitat i transparència davant els stakeholders.
- Durant els primers anys, es realitzaven moltes accions comunicatives i per recaptar fons, però de forma progressiva han disminuït tant que ara per ara només s'organitzen en ocasions especials.
- La finalitat de les accions comunicatives que s'han dut a terme té dos vessants: per una part han estat de caràcter recaptatori i per l'altra part, s'ha pretès donar a conèixer l'associació a la societat.
- Associacions de caràcter social com, Creu Roja, Càritas, ADIMO entre altres, principal competència d'ADISPAP.
- Hi ha en ment propostes d'accions futures de caràcter recaptatòria i per dotar a l'associació de més notorietat vers la societat.
- Principals fonts de finançament per ordre d'importància:



- Entrevista realitzada a la Merche i a l'Ani, mare i germana de dos usuaris d'ADISPAP:
 - Les dues dones varen tenir coneixença de l'associació de formes diferents. L'Ani va conèixer a l'Alfonso i en una conversa va sorgir el tema. Tanmateix, en el cas de la Merche fou per la seva ubicació.
 - L'associació és un ítem motivacional i de socialització per als nois i noies.
 - Existeix una falta de comunicació instaurada des de fa uns anys i ha donat lloc a un estat d'inapetència i d'implicació per ambdues parts (família i Junta).
 - Carència divulgativa de les activitats que es realitzen vers la societat.
 - Les propostes que sorgeixen queden estancades per la inapetència de la Junta. L'edat, les obligacions del dia a dia i les frustracions generades són els principals motius d'aquesta immobilitat. Com a conseqüència d'aquest ambient, es demana una regeneració de la Junta.
 - Des d'una perspectiva general, la situació comunicativa i organitzativa és caòtica: no es compleix els estatuts, no es donen per closos o resolts els ordres de les reunions i això genera una acumulació d'aspectes sense tancar, etc.
 - Predomina una carència d'informació davant l'organització d'activitats proposades per ADISPAP de cara a la societat. Això dona peu a discrepàncies sobre quines accions són més adients i quines no.
 - El WhatsApp és el mitjà de comunicació per excel·lència. No s'utilitzen mitjans alternatius per aquelles famílies majors d'edat i que no tenen coneixement sobre el funcionament de les TIC's.
 - Radioadisap, l'espai de ràdio de l'associació, ha de generar més awareness en els continguts i tenir la possibilitat que s'emeti dos dies a la setmana.
 - ADISPAP tenia una pàgina web pròpia que fou tancada per la falta d'activitat i manteniment.
- Entrevista realitzada a la Montse, sòcia d'ADISPAP:
 - El motiu principal pel qual es va fer sòcia fou per la coneixença d'una família amb un fill discapacitat.
 - Carència comunicativa entre l'associació i els socis.

- La parsimònia instaurada des de fa un temps entre els socis vers ADISPAP elimina qualsevol tipus d'interacció.
 - Per fer front a aquesta parsimònia s'hauria d'organitzar activitats perquè els socis es puguin conèixer i compartir moments d'esbarjo.
 - A l'àmbit municipal, l'associació no té notorietat.
 - Hi ha d'haver un responsable per establir relacions amb les empreses per tal de tenir altres fonts de finançament i així poder realitzar activitats que a hores d'ara no es poden dur a terme. I un altre a l'àrea de comunicació.
- Entrevista realitzada a la Laura i a la Sara, coordinadora dels voluntaris i voluntària/familiar d'un usuari d'ADISPAP:
 - En el cas de la Laura, la coneixença de l'associació fou per a una xerrada duta a terme a l'institut per part de l'Alfonso i, en el cas de la Sara, bàsicament fou pel seu oncle (usuari).
 - A vegades els familiars més propers realitzen funcions de voluntariat per la carència de voluntari/àries.
 - La Laura tenia prèvia experiència cuidant infants i gent gran, però cap en el món de la discapacitat.
 - Carència comunicativa i formativa sobre les característiques del públic objectiu.
 - Junta i pares segueixen camins diferents i repercuteix sobre el voluntariat.
 - Col·laboració 100% dels pares de sempre, és a dir, d'una petita part del total de pares que conforma l'associació.
 - Per millorar la relació entre els diferents públics es requereix ordre i seguir l'estructura instaurada en els Estatuts.
 - S'ha de millorar la comunicació existent entre la Junta i el voluntariat.
 - S'ha d'informar sobre les característiques del públic objectiu.
 - La falta d'informació i formació desencadena discrepàncies entre els mateixos voluntaris.

- Immobilitat per part de la Junta per resoldre els problemes. Es demana més implicació per part de la Junta.
 - Dinamitzar les xarxes socials per generar awareness.
 - La posada d'un estand en les fires de Palau té un impacte més immediat que el contingut de les xarxes socials.
 - Visibilitat nul·la fora de Palau-solità i Plegamans.
- Entrevista realitzada a Víctor, usuari d'ADISPAP:
 - L'espai de lleure són els dimarts i els dijous on es realitzen activitats diverses com ballar, fer treballs manuals, escoltar música, jocs... Els usuaris/àries adquireixen valors socialitzadors i comunicatius entre ells i el seu entorn més proper.
 - La comunicació entre el voluntariat i els usuaris/àries és força fluida amb excepcions degudes a les característiques de les discapacitats.
 - Les excursions i activitats a l'aire lliure són comunicades per mitjà d'una nota escrita o de tu a tu quan els familiars els van a buscar per anar a casa.

Totes aquestes conclusions segmentades per target es troben globalitzades en el següent DAFO, per tal d'assolir els objectius de canvi i desenvolupament de l'associació: consolidant a ADISPAP de cara a reforçar i crear noves relacions amb els actuals stakeholders i entitats privades, per establir noves fonts de finançament; i augmentar la seva visibilitat vers la societat per a possibles noves incorporacions de famílies, socis, etc.

FORTALESES	DEBILITATS
<ul style="list-style-type: none"> • La marca ADISPAP, juntament amb la seva identitat corporativa. • Excel·lent relació amb els diferents stakeholders. • L'associació és un referent en el seu àmbit temàtic vers la societat local. • Cohesió de grup davant la causa en comú: consolidar l'associació. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manca de formació cap al voluntariat. • Carència de voluntariat en determinades ocasions. • No tenir un pla de comunicació, captació de fons, etc. • Falta de comunicació i implicació per parts de tots els actors implicats exceptuant als usuaris/usuàries. • Falta de notorietat d'ADISPAP a escala local i municipal. • TIC's incompatible amb un sector del públic objectiu per la seva edat avançada.
OPORTUNITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Cercar mitjans de comunicació alternatius al WhatsApp per arribar a tots els públics independentment de l'edat. • Potenciar els canals de comunicació online i offline. • Participar en fires del municipi. • Crear germanor amb altres associacions. • Organitzar accions de comunicació per dotar d'awareness vers la societat de Palau-solità i Plegamans i rodalia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existència d'altres organitzacions que realitzen un treball similar. • Reducció de la subvenció social pública com a conseqüència de les retallades. • Dependre de la subvenció social de l'Ajuntament.

2.2. Formulació dels coneixements necessaris per a confirmar el diagnòstic mitjançant el treball de camp

La investigació que s'ha dut a terme fins ara es tradueix en conèixer a l'associació i el seu entorn més proper, però sense oblidar el context del qual pertany.

La coneixença del conjunt d'elements que engloba a ADISPAP permetrà acotar millor el disseny el projecte que consisteix en un pla de comunicació amb uns seguits d'esdeveniments i activitats com ara la planificació d'un concert benèfic i altres accions per obtenir donacions, a part de més comunicació entre els membres, proporcionar un ambient de benestar al voltant de l'associació i aconseguir posicionar-la millor vers la societat de Palau-solità i Plegamans.

Per tal d'aconseguir els objectius plantejats mitjançant l'elaboració d'aquest pla de comunicació s'ha de tenir una visió panoràmica sobre el context real de la població i la percepció que aflora davant el perfil del públic objectiu.

De fet, la finalitat d'aquest treball recau en la utilitat i servei que d'ell pugui extreure l'associació mitjançant d'un diagnòstic exhaustiu de la situació i els resultats obtinguts després de desenvolupar i portar a terme les accions definides més endavant.

3. Desenvolupament del marc teòric i metodològic

Per desenvolupar la metodologia aplicada d'aquesta recerca, es portarà a terme el procés estratègic descrit en el llibre de Jordi Xifra.

No obstant això, aquest procés es referenciarà dins del context emmarcat per Angel Rodríguez¹ en el llibre *Somos estrategias*².

Les peculiaritats de la metodologia aplicada per a resoldre problemes, t'impulsen a seguir unes pautes estratègiques per la coneixença i contextualització dimensional de l'organització. Sota aquesta premissa, el marc teòric se centra en la situació de les entitats no lucratives a Espanya, els mitjans de comunicació que utilitzen i els esdeveniments que realitzen.

3.1. Revisió de literatura tècnica sobre la solució de problemes i l'assoliment d'objectius afins als del nostre cas

Abans de portar a terme aquesta investigació, hi ha hagut una recerca documental per desenvolupar el marc teòric i metodològic sobre l'aportació de solució de problemes i la via més adequada per assolir els objectius marcats en el nostre cas.

L'obra *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*³ d'en Jordi Xifra dona una visió molt genèrica de les Relacions Públiques i en especial de les Institucionals a Espanya. La seva literatura incideix en totes les etapes del procés estratègic de direcció de les ambdues tipologies de relacions esmenades amb anterioritat. Tanmateix, cada etapa estarà contextualitzada dins el marc de la recerca que ens procedeix:

(¹) Rodríguez, A. (2015). Capítulo IX Investigación aplicada, comunicación corporativa y valor agregado. Método para el planteamiento y la solución de problemas. A. M. Enrique, *Somos estrategias: dirección de comunicación empresarial e institucional* (p. 173-190). Barcelona: Gedisa.

(²) Enrique, A. M. (2015). *Somos estrategias: dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gedisa.

(³) Xifra, J. (2011). *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*. Madrid: Tecnos.



- **Investigació i Diagnòstic⁴.** Fase de coneixença de l'organització per part de la persona amb funcions de Relacions Públiques. És de vital importància que conegui tot l'entramat i l'entorn per establir la metodologia més adient de cara al projecte demanat. S'ha de tenir en compte que la visió del responsable de les Relacions Públiques extern no és la mateixa que aquell que forma part de la plantilla, compta amb més experiència i té una perspectiva menys distorsionada vers la societat. Contextualitzada en la nostra recerca s'ha procedit a una exhaustiva cerca d'informació sobre l'entorn de l'associació mitjançant l'aplicació de diverses tècniques.
- **Metes i Objectius⁵.** Fase d'establir i redactar les metes i objectius derivades de la investigació realitzada a l'etapa anterior. És fonamental seguir les pautes especificades de com redactar-los. Els objectius tenen la finalitat d'assolir la meta fixada i és fonamental la coneixença de la seva tipologia vers la metodologia aplicada. Durant la formulació d'aquesta investigació només s'han fixat objectius generals i específics; la meta és intrínseca i comuna per a tot el Tercer Sector: la Supervivència.
- **Estratègia⁶.** Fase de planificar i executar les accions establertes per assolir els objectius proposats anteriorment. És fonamental que la persona versada en les Relacions Públiques tingui la suficient experiència i coneixença sobre els principis de la persuasió, tècniques i tàctiques en comunicació, ja que haurà d'influenciar en les conductes i comportaments del públic el qual van dirigides les accions. En aquesta fase s'elaborarà un pla de comunicació amb una única acció central.

(⁴) Xifra, Jordi. (2011). Capítulo III Investigación y Diagnóstico. *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 127-140). Madrid: Tecnos.

(⁵) Xifra, Jordi. (2011). Capítulo IV Metas i Objetivos. *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 141-153). Madrid: Tecnos.

(⁶) Xifra, Jordi. (2011). Capítulo V Estrategia. *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 154-162). Madrid: Tecnos.

- **Avaluació i Control⁷.** Fase que avalua i determina el resultat final de les estratègies dutes a terme. L'avaluació i el control han de ser periòdics i constants per realitzar qualsevol modificació si s'escau. Seguint la tònica dels passos anteriors, és important la coneixença de les característiques de les diferents tipologies dels objectius per determinar la resolució final.

Xifra emfatitza en el seu llibre el paper comunicatiu i relacional present en les organitzacions i l'eficiència resultant d'albergar un departament o responsable en gestionar l'àrea de comunicació. Si una organització no es comunica amb el seu entorn, no existeix.

3.2. Revisió de teories, models i mètodes d'investigació científica que proporcionin, o ajudin a localitzar, el nou coneixement que necessitem

Les Organitzacions No Lucratives adquireixen sistemàticament una gran rellevància en la societat, ja que en la majoria de les ocasions, supleixen manques socials, culturals, mediambientals, etc., que les institucions públiques i governamentals no donen respostes ni solucions. La seva importància radica en la coneixença de la visió distorsionada que pretén projectar la societat i la confiança que genera la seva proximitat i atenció cap a necessitats propenses a ser vulnerades. El seu valor capital està en les persones i en l'aportació social que genera.

Independentment de la missió fundacional que caracteritza a cadascuna de les ONL's establerta a Espanya, prima per damunt de tot el caràcter relacional amb la societat, però més estrictament amb el seu entorn. L'heterogeneïtat dels públics les emplacen a assumir les responsabilitats i donar a conèixer les activitats que porten a terme.

El mapa d'organitzacions no lucratives a Espanya a principi de segle XXI el constituïa un grup de vuit tipologies diferents (Ruiz, 2001) de les quals en derivaven unes 253.507 institucions de diverses índoles, grandàries, finalitats, etc.

(⁷) Xifra, Jordi. (2011). Capítulo VI Evaluación y Control. *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 163-165). Madrid: Tecnos.

Taula I: Tipus d'institucions

TIPO	NUMERO
- Asociaciones ⁸	174.916
- Fundaciones	5.698
- Cooperativas	7.822
- Mutualidades de Previsión Social	400
- Centros de Enseñanza	6.392
- Clubes Deportivos ⁹	58.085
- Cajas de Ahorros con Obra Social	50
- Hospitales	144
Total	253.507

Font: Taula 1. *Nombre y tipos de entidades no lucrativas* (Ruiz, 2001).

(⁸) La dada procedeix del llistat del Ministeri de l'Interior corresponent a 31/12/1996, però és més acceptat la seva aplicació a la situació real de 1995, a causa del col·lapse burocràtic entre l'entrada i la publicació del registre.

(⁹) Només s'inclou els clubs esportius de competició i federat no convertits en Societats Anònimes per la legislació present.

Taula II: Distribució de les ONL's per sectors

TIPO ICNPO ¹⁰	Fundaciones	Asociaciones	Otras	Total
1. Cultura, deporte y ocio	1.140	88.328	58.085	147.553
2. Educación e investigación	2.002	25.999	7.005	35.006
3. Salud	772	1.834	144	2.750
4. Servicios sociales	1.450	6.472	0	7.922
5. Medio ambiente	10	5.508	-	5.518
6. Desarrollo com. y vivienda	100	20.496	6.828	27.424
7. Derechos civiles	64	15.334	381	15.779
8. Intermed. Filantrópicos	40	0	50	90
9. Actividades internacionales	30	500	0	530
10. Asociaciones Profesionales	90	10.445	0	10.535
11. Mutualidades de Prev. Social	0	0	400	400
	5.698	174.916	72.893	253.507

Font: Taula 2. *Distribución de organizaciones no lucrativas según sectores de la Clasificación ICNPO* (Ruiz, 2001).

Les consignes d'identitat reflecteixen de forma intrínseca de cada organització el seu model d'actuació. De fet, totes les entitats que conforma l'anomenada "Economia social" adquireixen els atributs i els valors corresponents a la Responsabilitat Pública (Grunig & Hunt, 2007).

L'altruisme i la solidaritat són dos dels components denotatius que caracteritzen a les ONL, però en els últims anys, el valor de marca, generat per la imatge corporativa i les estratègies comunicatives dutes a terme, ha tingut un paper molt rellevant vers la societat.

Per fer front al compromís social adquirit és essencial planificar les activitats que siguin coherents amb la fita que defensa l'entitat, gestionar els recursos que tenen a l'abast i mantenir una comunicació oberta per garantir major transparència i esvair qualsevol tipus d'incoherència, malversació o mals entesos que es puguin detectar. És per això que cal remarcar la importància de gestionar la comunicació com a element relacional amb els grups d'interès per tal de reforçar el caràcter de reputació i afegir com a valor intrínsec la transparència. L'esforç en construir una reputació pública per part del conjunt de les ONL's s'ha vist enterbolit per la mala praxi i la carència de transparència d'organitzacions summament conegudes per la societat. Fet que ha provocat una desconfiança generalitzada dins el sector. Alguns d'aquests casos són: Anesvad (apropiació de fons) any 2009 i Intervida (irregularitats en la gestió de fons) any 2011.

(¹⁰) International Classification of Nonprofit Organizations.

No obstant això, la política de transparència no ha d'estar restringida a l'àmbit extern de l'organització, sinó que si es pretén garantir una estabilitat funcional i relacional dins d'aquesta, és imperant que els grups objectius que la conforma puguin accedir a la informació referenciada al conjunt d'activitats i accions que es porti a terme, juntament amb els resultats sensibles o no, generats.

Tota la literatura consultada per la formulació d'aquest marc teòric determina que per la gran majoria d'entitats no lucratives el factor comunicacional no és rellevant, excepte per l'assoliment de les fites.

La prioritització constituent dels objectius de comunicació d'aquelles entitats que habitualment realitzen quelcom tipus d'accions divulgatives és sensibilitzar a la societat, generar visibilitat, recaptar fons de finançament i crear pressió a les administracions públiques.

Els sistemes de comunicació tenen la funció d'enfortir la vinculació relacional tangible, però desconcerta el gran nombre d'organitzacions que encara no posseeixen una xarxa consolidada amb els seus públics. Per entendre aquest fet, s'ha de tenir en consideració diverses variables com la relació existent amb els ciutadans que la recolzen, la formalització establerta per donar-se a conèixer, les vies alternatives per aconseguir fonts de finançament, etc.

Un estudi per sectors conclou que les més dinàmiques en la realització de campanyes comunicatives són les veïnals, les relacionades amb malalties i la SIDA. Mentre que les més estàtiques són aquelles vinculades amb la tercera edat.

Segons dades recopilades en el *Libro Blanco del tercer sector cívico-social*¹¹ de Vidal és rellevant destacar la conclusió resultant d'un estudi propi a ONL's catalanes sobre els mitjans més utilitzats a principi del segle XXI:

“Entre los medios para comunicarse destacaban con un 65% las conferencias, con un 59% los envíos por correo, los carteles y la prensa local, y con un 45% la radio local” (Vidal, 2003:38).

Tanmateix, les xifres no són gens encoratjadores referent a la comunicació interna referenciada als seus públics. Existeix una carència informativa generalitzada; no hi ha un feedback i ni tan sols la preocupació de promoure quelcom activitat per fidelitzar els donants, socis, etc., que en forma part.

(¹¹) Castiñeira, À., Vidal, P., Iglesias, M., Miroso, O., & Villa, A. (2003). *Libro Blanco del tercer sector cívico-social*. Barcelona: CETC, EADOP.

Però en els darrers anys s'ha produït un trasbals en els models de comunicació tradicionals. Amb la irrupció de les noves tecnologies i aplicacions digitals en la nostra quotidianitat, la comunicació unidireccional ha estat supeditada per les nombroses funcionalitats que ofereix internet. Aquest fet ha originat un canvi d'aptitud de les organitzacions sobre la conceptualització i rellevància de mantenir un feedback amb els agents socials.
















Metafòricament parlant, Internet és un enorme sistema nerviós proveït de nòduls i cadascú té una funció diferent. Traslladat al món digital, els nòduls correspon a la diversitat de plataformes existents entre les quals destaquen les xarxes socials. El seu origen deriva de la teoria dels sis graus de separació (TARSA, 2011) la qual argumenta que tothom estem connectats amb un màxim de cinc agents. Aquesta connectivitat construeix intangibles entre les persones.

Crear comunitats al voltant dels grups d'interès; interaccionar i crear continguts; convertir els missatges en viral; proporcionar valor afegit a la imatge corporativa; atendre i reaccionar davant qualsevol imprevist, etc. són alguns dels avantatges i oportunitats que brinden les xarxes socials (TARSA, 2011). Tot un engranatge on l'individu és el centre i els altres volten al seu costat. Qui no vol formar part d'aquesta conversa digital?

Malgrat la varietat de plataformes existents en internet amb similars funcionalitats, com poden ser els blogs, les pàgines web, etc., una part de les organitzacions amb pocs recursos humans i econòmics bolquen tot el seu flux de comunicació en una determinada xarxa social on té la certesa de trobar al seu target. No obstant això, la gran majoria presenten activitat molt activa en diverses plataformes i xarxes socials.

En aquesta taula es mostra la penetració de les xarxes socials a Espanya segons un estudi realitzat per la IAB a 2014:

Taula III: Penetració de les xarxes socials a Espanya

Xarxa social	Índex de Penetració en %
 Facebook	96%
 Youtube	66%
 Twitter	56%
 Google +	34%
 LinkedIn	31%
 Instagram	26%
 Spotify	24%
 Tuenti	12%
 Pinterest	9%
 Flickr	8%
 Badoo	5%
 Tumblr	4%
 Myspace	4%
 Foursquare	3%
 RunKeeper	1%

Font: *Conocimiento y penetración de las RRSS. Redes utilizadas/usadas* (IAB, 2015).

La greu crisi esdevinguda en els últims temps ha fet que les ONL's es reciclessin i hagin buscat alternatives per seguir amb la seva labor i estar més properes als seus públics. Els beneficis que estan oferint les diferents plataformes digitals han permès la supervivència de moltes. Una d'aquesta funcionalitat és la de poder difondre o publicar qualsevol notícia d'interès per generar un major impacte i complir amb els objectius plantejats. Argumento això, perquè una de les accions més característica que es duu a terme correspon a l'organització d'esdeveniments i en ella recau una important càrrega comunicativa que en gran mesura assoleixen les xarxes socials.

L'organització d'esdeveniments (Otero Alvarado, 2009) és una de les estratègies de les Relacions Públiques més eficient que una entitat pot escometre. De fet, els actes és un mitjà de comunicació que reflecteix el valor identitari de la dimensió organitzacional i enforteix l'estructura social.

Des d'un principi, els dirigents s'han valgut de celebracions per construir els seus dominis de poder i així, exposar la seva identitat i legitimitat. Els esdeveniments estaven reservats per a les Corts palatines i eren constituïts per les cerimònies més un codi protocol·lari la funció del qual radicava a gestionar als assistents i el seu posicionament en la dimensió espai-temps. Amb el transcurs del temps, s'ha dut a terme modificacions significatives sobre la normativa i reglamentació organitzacional dels actes, en especial a l'aspecte de la precedència.

Davant la diversitat de nomenclatures referenciades a les diferents tipologies dels esdeveniments, en aquesta recerca partirem dels anomenats actes especials que tenen com a propòsit beneficiar-se de l'element comunicatiu i relacional (Otero Alvarado, 2009).

En el seu llibre, M^a. Teresa Otero¹² defineix el tipus d'actes mitjançant dues variables: la intencionalitat de la seva creació i el caràcter comunicatiu de l'emissor. La primera està referenciada als actes originats des de la perspectiva de les Relacions Públiques orientades cap a les oportunitats de millora i interacció amb la societat. La segona, té relació amb l'aspecte:

- **Privat.** Personal, familiar; envoltat d'una ambientació íntima; amb propòsits merament particulars. Els assistents d'aquests actes mantenen un grau relacional interpersonal per tractament social, confraternitat o parentesc. L'emissor que el convoca no està obligat a una fiscalització en el pressupost excepte en aquells casos que s'estableixi per una normativa.
- **Públic.** Munió d'actes relacionats amb la vida social. L'emissor convocant està subjecte a una fiscalització pressupostària i a les peculiaritats en si de l'esdeveniment. Cal diferenciar dues tipologies:
 - Esdeveniments públics no oficials. Conjuntament amb els de caràcter privat conformen l'amalgama dels actes propis de la societat i responen a interessos intrínsecs de l'emissor; estan sotmesos de mecanismes reguladors.
 - Esdeveniments públics oficials. Els mecanismes reguladors són molt estrictes, ja sigui per la part organitzativa com pressupostària. Estan regits per una normativa protocol·lària i han de prevaler els interessos de la ciutadania. A més de rendir comptes sobre la despesa que es realitza procedent del fons públic.

(¹²) Otero Alvarado, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: UOC.

Un dels pilars fonamentals dels actes especials és el cerimonial que es defineix com a un conjunt de mecanismes de comunicació que es manifesta de forma evident mitjançant elements paralingüístics, proxèmics, simbòlics, escrits, etc., i que es regeix per una normativa protocol·lària. Com a element comunicatiu ajuda a construir i consolidar la reputació corporativa i el valor perceptiu d'imatge d'una entitat.

Les Relacions Públiques adquireixen un paper primordial a la planificació i execució del missatge emès per les organitzacions perquè els grups d'interès es facin una imatge global del que simbolitzen. No obstant això, s'ha de preservar les peculiaritats i dimensions intrínseques de cada regió com són els ritus. De fet, són els rituals els qui dinamitzen el sentit perceptiu de la identitat i enalteix un sentiment de pertinença a una comunitat, amb els seus signes representatius adjacents.

El cerimonial no fa distincions entre els sistemes polítics propis de cada Estat. En els règims autoritaris denoten grans manifestacions de poder i és, aquest últim, el component qui regeix la seva complexitat organitzativa caracteritzada per l'assistència obligada, l'extrema rigidesa en la precedència i envoltat per a una atmosfera fortament adoctrinada. Tot està mesurat i res queda a l'atzar. El missatge de fidelització projectat és propagandístic i és comunicat en els mitjans unidireccionalment.

Però no obstant això, en països democràtics és diametralment el contrari. Es produeix un pacte subliminal entre les parts implicades envoltat d'un ambient respectuós i de consens. La comunicació és bidireccional i simètrica.

El procés organitzacional d'esdeveniments des de la perspectiva de les Relacions Públiques convé analitzar-lo a partir de dos components:

- **L'espectacle.** Presenta connotacions comercials i té com a finalitat entretenir als assistents. Les principals característiques són:
 - Els integrants de l'actuació són remunerats i no tenen relació amb el públic present, encara que aquest últim paga per veure-la.
 - Es poden utilitzar tant els anomenats *belong the line* com els *above the line* com a vincl comunicador.
 - És un tipus d'acte propi de les entitats amb ànim de lucre.
- **La cerimònia.** Està vinculada a les Relacions Públiques i el convocant busca narrar una història al públic objectiu, sense que hi hagi gratificació econòmica. Les seves característiques són:
 - Manca de protagonistes i els assistents no paguen per estar.
 - La part convocant paga la totalitat de la quantia que comporta organitzar l'acte. No té ànim de lucre.

- Les finalitats són diverses depenent de la missió i visió de les organitzacions. Però centrant-nos en aquesta recerca, els objectius més immediats a aconseguir és contribuir al benestar de l'associació i el del seu entorn, posicionar-la vers la societat i sensibilitzar als grups d'interès propens a realitzar donacions.
- Els mitjans de comunicació més adequats són els *belong the line* i les interpersonals.

Les entitats organitzen nombrosos actes socials per als seus públics. Alguns, prenen un caràcter més privat que uns altres, depenen de les motivacions:

Taula IV: Tipus d'actes socials

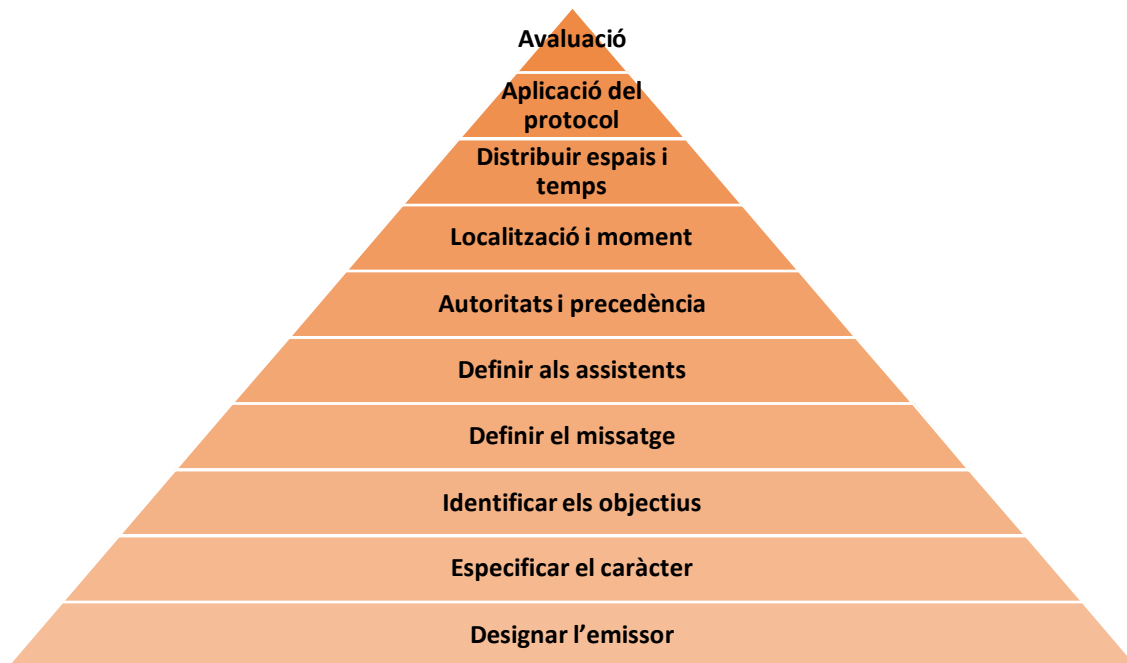
Concursos	Festes	Festivals	Recaptació de fons
Promocions	Fòrums	Simposis	Inauguracions
Taules rodones	Jornades	Rodes de premsa	Reconeixements
Col·loquis	Còctels	Assemblees	Banquets
Festivals benèfics	Convencions	Cursets	Congressos
Festes temàtiques	Conferències	Desfilades	Exposicions i fires
Festes comunitàries	Jocs	Seminaris	Concerts

Font: elaboració pròpia. Les dades han estat extretes de *Los Eventos y sus Etapas*¹³.

Obtenir patrocinadors (Montoya Castillo, 2012) per acreditar l'esdeveniment ho dota de credibilitat; ajuda a reduir costos; contribueix a la seva difusió i, en ocasions, s'involucren en l'acompliment de determinades funcions de màrqueting i comunicació.

(¹³) Lárez Salazar, M. (28 de Abril de 2010). *Los Eventos y sus Etapas*. Recuperat el 15 de Maig de 2016, de SliderShare: <http://es.slideshare.net/laresal/los-eventos-y-sus-etapas>

Establertes les connotacions teòriques que determinen al protocol i a la cerimònia com a components identificadors, gestors i d'ordenació dels grups convocants en els actes corporatius, de forma esquemàtica, s'exposarà els passos a seguir per l'aplicació estratègica de les cerimònies:

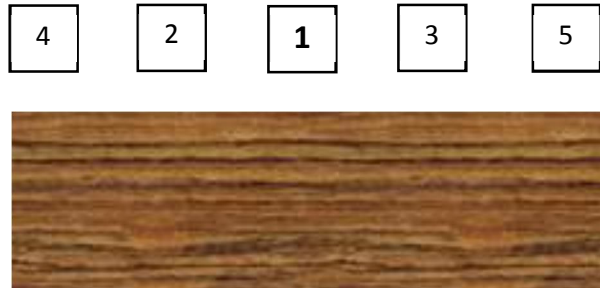


Resumint, l'esdeveniment per si mateix manca de valor i només es pot considerar com a instrument per dur a terme els objectius de les entitats. La cerimònia juga un paper molt rellevant i, encara que no s'ha analitzat en profunditat pes funcional del protocol, sí que és de ressaltar diverses consideracions:

- Cada Comunitat Autònoma tenen petites derivacions legislatives presents en el Real Decret per les seves peculiaritats culturals, polítiques, econòmiques, socials...
- Els actes oficials organitzats per entitats públiques estan sotmeses al codi protocol·lari establert en el Real Decret anteriorment esmentat. Tanmateix, en aquells privats o no oficials, són regulats per una normativa pròpia. Encara així, en certs actes corporatius es regulen seguint la legislació oficial per decisió expressa o per estar establerta en els estatuts organitzacionals.
- És primordial conèixer les assignacions dels protagonistes per saber quins són els rols que desenvolupen cadascú.

- Existeix una complexitat en els criteris d'ordenament per a cada tipologia de públics protagonistes, ja que, apareixen subgrups que en deriven d'altres.

Presidència unipersonal a una cara



Públic

Font: Esquema d'elaboració pròpia extreta de la figura 1 (Otero Alvarado, 2009).

- Els criteris d'ordenació per a la resta dels assistents són la distribució espacial del recinte i la configuració de gèneres.

Amb la irrupció de noves modalitats comunicatives, socials, econòmiques, culturals, etc., l'estructura i els preceptes protocol·laris existents des de fa dècades, hauran de ser actualitzades i fins i tot substituïts per adaptar-se a la nova situació.

4. Planificació i desenvolupament del treball de camp

4.1. Formulació d'universos d'estudi i objectius d'investigació, planificació metodològica i desenvolupament de treball de camp

L'univers per la realització d'aquesta investigació és el conjunt de públics diferents que conforma l'associació i que els uneix fins socials.

La mostra seleccionada consta de representants dels cinc públics d'ADISPAP:

- La Junta.
- Familiars directes dels usuaris/àries.
- Voluntariat.
- Usuaris i usuàries.
- Socis, sòcies i col·laboradors/es amb fins comuns.

La finalitat d'aquesta investigació és la de dissenyar un pla de comunicació per a ADISPAP amb una acció central que esdevindrà en un concert benèfic per tal de contribuir al seu benestar i el del seu entorn; realitzar un diagnòstic per detectar possibles errors i encerts de les estratègies comunicatives dutes a terme fins al moment; incentivar les sol·licituds per a fer-se soci voluntàriament i sensibilitzar al públic objectiu propens a realitzar donacions.

El pla de comunicació es complementarà amb la planificació d'una sèrie d'accions segmentades per grups d'interès especificats a continuació:

Joves estudiants	<ul style="list-style-type: none"> • Compromesa amb fins socials i interessada a fer voluntariat.
Pymes, stakeholders i persones amb fins comuns	<ul style="list-style-type: none"> • Com a futurs donants.
Famílies	<ul style="list-style-type: none"> • Amb persones discapacitades.
ADISPAP	<ul style="list-style-type: none"> • Pròpiament.

4.2. Recopilació de dades i interpretació de resultats

Els resultats obtinguts de la investigació realitzada fins aleshores sorgeixen de les diferents fonts utilitzades més l'observació i adquisició de coneixements durant la meua trajectòria vital. Per una banda, trobem les cinc entrevistes fetes als públics d'interès les quals estan analitzades en apartats anteriors i per altra, la consulta de documentació interna i fundacional que m'ha aportat ADISPAP sense cap tipus d'impediment.

Com ja he dit abans, els meus coneixements i la condició d'haver sigut una de les primeres usuàries integrant de l'associació, complementa les dades obtingudes.

5. Projectió i desenvolupament d'accions de comunicació

5.1. Programació d'accions concretes de comunicació orientades per l'estratègia definides a partir dels resultats de la investigació. Planificació i coordinació temporal de totes les accions.

El pla de comunicació d'aquesta recerca se centra en un concert benèfic. No obstant això, es definirà una sèrie d'accions i activitats específiques dirigides a grups objectius d'interès.

En la part d'Annexos haurà configurat un calendari mensual d'aquest dos grups d'activitats (veure ANNEXES III):

5.1.1. Accions protocol·làries i normatives de caràcter intern

Aquestes accions responen a les demandes exposades a la investigació de recerca realitzada amb anterioritat.

- **Mitjans de Comunicació.** Atenen a les característiques dels grups objectius que conforma ADISPAP és imperant seleccionar mitjans de comunicació adients. És *vox populi* dels avantatges de les TIC's, però no tothom està familiaritzat. Perquè flueixi la comunicació és necessari afegir altres mitjans a més dels existents, com el telèfon. Tothom en té un, sigui fixa o mòbil, i no té cap secret a l'hora de fer-ho servir.
 - **Timing.** La millor època per instaurar el telèfon de forma més assídua seria al principi del nou curs, cap a setembre. A la tornada de les vacances es miraria d'adquirir una targeta de prepagament que més s'ajusti a les necessitats.
 - **Pressupost.** Depenent de les telefonies mòbils entre 7 € i 10 €/mes.
- **Pla de Crisi.** És imperant formalitzar un Pla de Crisi per saber com afrontar els problemes que es presentin, ja siguin, relacionats amb els usuaris/àries com en altres aspectes associats a la dimensió d'ADISPAP. Es convocaria una reunió amb els agents implicats per estructurar i conformar els ítems i, s'iniciaria el seu redactat.
 - **Comunicació.** Per convocar la reunió s'utilitzaria el WhatsApp, ja que els agents implicats serien la Junta Directiva i el voluntariat. En aquest cas, els

pares / familiars estarien exclosos perquè l'associació compta amb els informes mèdics dels individus i durant l'estada de lleure són els voluntaris/àries els qui romanen tota l'estona en el local o on es realitzi l'activitat.

- **Timing.** La reunió i l'elaboració del Pla de Crisi es durà a terme a mitjans de setembre i durant el mes d'octubre. És important establir la temporització d'aquesta acció per les característiques del públic objectiu i així evitar perjudicis majors.
- **Pressupost.** 100 €. En material per la seva elaboració.
- **Curset intensiu de Primers Auxilis.** Per saber actuar davant una situació inesperada, una voluntària a temps parcial que treballa com a infermera en un hospital de Barcelona, partirà un curset de Primers Auxilis. És fonamental, sobretot el voluntariat, tingui coneixements en aquest aspecte per actuar en cas que es requereixi. Una opció, per l'espai necessari per impartir-ho, seria en el Centre Cívic de Palau-solità i Plegamans.
 - **Timing.** El curset serà de 15 hores i es portarà a terme a l'octubre-novembre del 2016. Les jornades dependrà de les obligacions laborals i de la disponibilitat d'ambdues parts.
 - **Pressupost.** El curset impartit seria de franc. Part de les despeses per desplaçaments serien assumit per l'associació i com a agraïment se li obsequiaria amb una petita placa.
 - Obsequi → 27 €.
 - Bitllet d'autobús → 9 €.
 - Total → 36 €.
- **Formació al voluntariat.** El voluntariat interessat a cooperar amb ADISPAP serà informat de les característiques generals dels individus i les tasques que hauran de desenvolupar per part de la Junta Directiva. Depenent del grau d'implicació i responsabilitat que vagi adquirint, l'associació el formarà mitjançant un curset per disposar de noves habilitats, coneixements, etc., i així facilitar la funcionalitat de les activitats que es plantegin.
 - **Timing.** No s'estableix una data fixa ni aproximada perquè ho determinarà l'arribada i temporalització del mateix voluntariat. És a dir, el voluntariat és molt canviant i no es perllonga en el temps; generalment l'estada és curta.

- **Pressupost.** Curset per a Monitor/a d'Activitats de Lleure 250,00 €.
- **Convocar eleccions.** Es durà a terme el procés electoral establert en els Estatuts d'ADISPAP per regenerar la Junta Directiva.
 - **Comunicació.** La convocatòria es difondrà mitjançant els mitjans dels quals es disposen:
 - Ràdio.
 - Facebook.
 - Carta.
 - WhatsApp.
 - Telèfon.
 - **Timing.** El dia 30 de març de 2017 tindrà lloc les eleccions al Centre Cívic. Es gestionarà la comunicació en els diferents mitjans de la següent manera:
 - Ràdio. Mitjançant el programa "Radioadisap" emès cada dimarts, s'efectuarà un comunicat sobre la convocatòria durant les tres últimes setmanes fins al dia indicat.
 - Facebook. En el perfil d'ADISPAP en aquesta xarxa social, es publicarà un post comunicant les eleccions una setmana abans del dia fixat.
 - Carta. S'enviarà una a cada soci/a tal com es recull en els Estatuts fundacionals de l'associació. Les cartes seran rebudes entre vint i quinze dies abans del dia en concret.
 - WhatsApp. En el grup creat per als familiars, es publicarà un WhatsApp comunicant la convocatòria de les eleccions quinze dies abans de la data establerta. La mateixa setmana es farà una menció com a recordatori.
 - Telèfon. Als socis i sòcies que no estiguin familiaritzats amb les TIC's, se'ls trucaran per recordar-los la cita que tenen amb les urnes aquella mateixa setmana.

- **Pressupost:**
 - ✓ Pack de 500 sobres → 20 €.
 - ✓ Segells postals → 90 €.
 - ✓ Total → **110 €**

5.1.2. Accions de comunicació dirigides als grups d'interès

- **Relacions Corporatives.** ADISPAP està situat al costat d'un polígon industrial força transitat i amb empreses de renom. Davant aquesta excepcional oportunitat d'aconseguir futures contribucions i recolzament en espècie, s'elaborarà un projecte corporatiu per presentar-ho a les diferents empreses i establir relacions per a possibles acords.
 - **Timing.** El projecte quedarà definit a principi de 2017, però les visites a les empreses dependrà de la disponibilitat dels membres de la Junta Directiva o de la persona responsable triada per aquesta fita.
 - **Pressupost.** 100 €. En materials per configurar el projecte, ja que, diversos membres de l'associació es responsabilitzaran del seu disseny i estructuració.
- **Xerrades informatives.** Un responsable de la Junta Directiva establirà contacte, en principi, amb els Instituts de Caldes de Montbui i Palau-solità i Plegamans per organitzar una xerrada informativa amb la finalitat de sensibilitzar als més joves i captar a futurs/es voluntaris/àries.
 - **Comunicació.** Les jornades seran publicades al Facebook i comentades en el programa radiofònic "Radioadispap". A més de fer un comunicat a la premsa local.
 - **Timing.** Les xerrades tindran lloc a l'IES Ramon Casas de Palau-solità i Plegamans al desembre de 2016; i a l'IES Manolo Hugué de Caldes de Montbui a l'abril de 2017.
 - **Pressupost.** 40 €. Material per la presentació com pot ser un pendrive, material imprès, transport...
- **Portes obertes.** Es portarà a terme una jornada de portes obertes perquè els ciutadans i les ciutadanes interessats a conèixer ADISPAP puguin visitar el local i veure les

activitats que es duen a terme. Es convidarà a l'alcalde i representants de l'Ajuntament.

- **Comunicació.** L'acció serà publicada en Facebook, en el grup intern del WhatsApp i mitjançant l'espai radiofònic "Radioadisap"; s'enviarà una nota de premsa als mitjans de comunicació de Palau-solità i Plegamans i Caldes de Montbui.
- **Timing.** El dia 1 de desembre de 2016, coincidint amb el Dia Mundial Contra la SIDA, se celebrarà el Dia Internacional de la Discapacitat. En caure en un cap de setmana, es trasllada a un dia laboral per facilitar l'assistència dels convidats i el públic.
- **Pressupost:**
 - Pica-pica → 60 €.
 - Obsequis → 54 €.
 - Total → **114 €.**
- **Trobades de germanor.** Perquè existeixi valor relacional entre els diferents públics objectius de l'associació es planteja realitzar dues trobades anuals.
 - **Comunicació.** Igual que en les anteriors accions, els mitjans utilitzats per la seva difusió seran la ràdio, el Facebook, el WhatsApp i el telèfon.
 - **Timing.** La primera trobada es realitzarà cap a la segona quinzena d'octubre i la segona, seria al maig.
 - **Pressupost.** 0 €. Per ADISPAP.

5.1.3. Concert benèfic

L'associació organitzarà un concert benèfic a Palau-solità i Plegamans per augmentar la seva visibilitat vers la societat i amb fites recaptatòries.

El fet que no compte amb prou recursos econòmics, per fer front a les despeses produïdes l'associació establirà contacte amb entitats socials i/o empreses; encara que la seva reputació és molt sòlida davant els stakeholders i al conjunt del poble, aconseguir patrocinadors dota a l'esdeveniment de major credibilitat i aquest serà una fita a assolir.

El concert tindrà lloc el dia 14 de maig de 2017 i anirà a càrrec del grup musical "Rodes Solidàries"; començarà a les deu del matí i conclourà a les quatre de la tarda. El lloc destinat és un descampat propietat de l'Ajuntament, situat al costat del poliesportiu del poble i la superfície del qual és bastant regular per la circulació de famílies amb nadons petits i persones amb discapacitats.



Fotografies pròpies del lloc on es durà a terme el concert.

“Rodes Solidàries” és un grup musical que es dedica a recaptar fons per a organitzacions socials, especialment aquelles destinades a la lluita envers a les malalties rares. Allà on els demanen, porten una petita part de la cultura californiana de la dècada dels 60: Rock & Roll i Harley’s Davidson; una impressionant col·lecció de motos que a ningú li deixa indiferent.

L’esdeveniment està pensat per a tota la família. Com ja s’ha comentat en el paràgraf anterior, a més de l’actuació musical i l’exposició de les famoses Harley’s cada entitat organitzarà activitats diverses. ADISPAP prepararà un taller de pintura on es vendrà unes figures de porcellana, amb diferents mides i de fàcil reconeixement pels més petits, per ser acolorides. El preu de les figures serà assequible i dependrà de la mida. També s’exposaran els treballs manuals dels usuaris/àries que tothom que les vulguin adquirir serà a voluntat.

En tot concert no ha de faltar beguda fresca i menjar, i és per això que es farà una botifarrada popular a un preu mòdic de 10 €. que inclou les begudes.

Per organitzar l’esdeveniment, l’Ajuntament ens cedirà el terreny, mobiliari de pícnic (banquetes, taules, ...) generadors o accés a la llum, banys portàtils i la tarima destinat al grup; “Rodes Solidàries” aportarà tot l’equip musical; ADISPAP portaria la part de la comunicació. Pel que fa a la botifarrada popular, “Rodes Solidàries” allà on van porten amb si un estand per a la venda de begudes i una barbacoa per rostir el que s’apreciï. Encara així, l’associació col·laborarà aportant part del material (coberts, tovallons...).

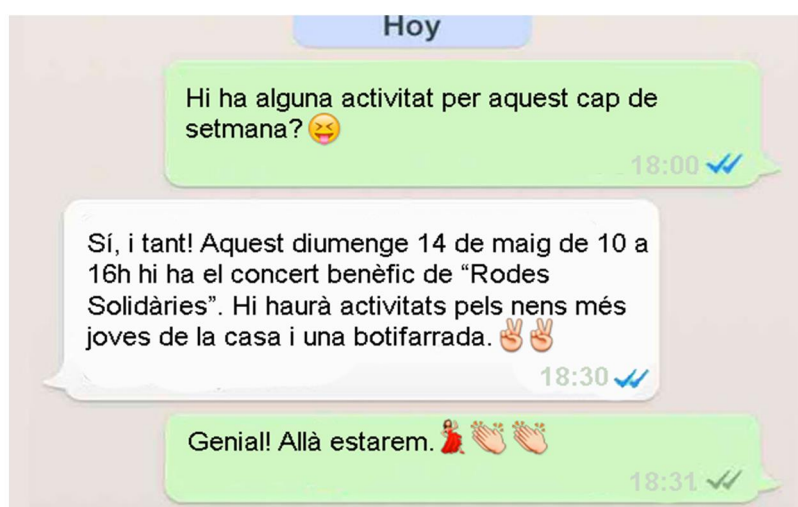
Per dotar de certa solemnitat a l’acte i com agraïment a les entitats públiques per haver donat permís per organitzar-ho, es convidarà a l’alcaldessa i als diversos regidors participants.

- **Comunicació.** En aquest apartat és important seleccionar els mitjans de comunicació més adients o aquells que estan a l’abast per difondre l’esdeveniment. Com que ens dirigim als ciutadans/anes de Palau-solità i Plegamans i rodalia, creiem oportuns els següents mitjans:
 - Cartells i banderoles. Estaran penjats en carrers i llocs de gran confluència de persones i vehicles. Tindran un estil simple i visualment identificable. Veure ANNEXES IV.
 - Ràdio. És un mitjà que depèn de l’Ajuntament i només publicita la programació. Per això, durant el programa “Radioadispap”, emesos els dimarts de 20.30 a 21.00, la publicació del concert tindrà un breu espai on s’informarà d’allò més rellevant. I aprofitant que el President de l’associació té un programa a la ràdio, “Xerrada Ciutadana” (21.30 a 22.30), el publicitarà.
 - Nota de premsa. S’enviarà una nota de premsa als mitjans locals i rodalia perquè es facin ressò del concert. Veure ANNEXES V.






- Facebook. Es publicarà un post seguint l'estructura de la falca i acompanyat, en un format menor, de la imatge del cartell anteriorment esmenat.



- WhatsApp. En el grup dels familiars es publicaren diversos WhatsApp's com aquests durant un determinat timing.



- **Timing.** A continuació es distribuirà les accions de comunicació en un Planning.

	Cartells / Banderoles		Nota de Premsa		WhatsApp
	Ràdio		Facebook		

Abril 2017

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Maig 2017

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

Concert!!!

- **Pressupost:**

Producte	Quantitat/unitat	Despeses
Plats d'un sol ús	1.200	61,90 €.
Coberts d'un sol ús (ganivets i forquilles)	2.000	34,51 €.
Cartells A3	100	58,38 €.
Banderoles	200	98,59€.
Pancartes	5	31,28 €.
Pintures de 750 cc.	7	30 €.
Pincells	20	5 €.
Figures de porcellana	Mida petita: 150	75 €.
	Mida mitjana: 150	150 €.
	Mida gran: 100	150 €.
Total		694,66 €.

6. Controls d'eficàcia

6.1. Disseny de proves de control

Un cop implementat el pla de comunicació s'inicia el procés d'avaluació i control que valorarà els resultats obtinguts i així determinar la resolució dels objectius. Aquest procediment estarà definit per una sèrie de kpi's que quantificarà i permetrà analitzar la progressió final de la nostra recerca.

Objectiu	Avaluació	Resultat
Contextualitzar a l'associació en el marc actual.	Com és el context de les ONL's?; quins canvis significatius en comunicació han hagut?; com és la situació dimensional de l'associació respecte a la societat de Palau-solità i Plegamans?; recerca de literatura.	Analitzar si s'ha aconseguit emmarcar a l'associació en el context actual de forma correcta.
Crear una campanya de comunicació per a ADISPAP amb una única acció.	Analitzar la dimensió comunicativa d'ADISPAP; l'acció principal ha generat awareness?; s'ha obtingut la resposta desitjada?; quina repercussió ha creat?	Analitzar el pla de comunicació en el seu conjunt i determinar si ha generat el resultat esperat o cal realitzar canvis significatius per a unes edicions.
Realitzar un diagnòstic per detectar possibles errors i encerts de les estratègies comunicatives dutes a terme per ADISPAP.	Recerca de les estratègies dutes a termes; assoleix els objectius proposats?; quins han estat els errors més freqüents?; com s'han resolt?	Determinar si les estratègies plantejades en aquesta recerca han assolits, de manera exitosa, els objectius.
Incentivar les sol·licituds per a fer-se soci voluntàriament.	Hi ha hagut interès per fer-se soci?; s'ha demanat informació corporativa?; s'han rebut trucades demanant informació?	Comprovar si després d'implementar el pla de comunicació ha incrementat el nombre de socis o sòcies.
Contribuir al benestar de l'associació i el del seu entorn.	Hi ha més fluïdesa comunicativa a l'associació?; el pla de comunicació ha influït positivament en els grups d'interès?	Analitzar si les accions dutes a terme ha enfortit el valor relacional i el benestar d'ADISPAP.
Sensibilitzar al públic objectiu propens a realitzar donacions.	S'han obtingut més donacions?; la població s'interessa per conèixer millor el què fa l'associació?; s'aprecia una certa proximitat que abans no existia entre ADISPAP i el grup d'interès.	Determinar si el grup d'interès és més participatiu i denota aproximació en les activitats en les quals l'associació està present.
Per mitjà de l'acció comunicativa arribar al públic objectiu.	Quin és el públic objectiu?; com són?; què fan?; quins mitjans de comunicació fan servir?	Determinar si s'ha connectat amb el públic objectiu i definir l'impacte generat.
Elaborar i descriure un pla protocol·lari intern.	Conèixer quin és el pla protocol·lari actual; determinar si és o no el més adient; es porta a terme?; s'ha d'actualitzar als nous temps?	Analitzar si les accions dutes a terme són suficientment eficaces o s'ha de realitzar modificacions o canvis.
Identificar els mitjans de comunicació idonis per ADISPAP.	Quins mitjans de comunicació utilitzen?; estan a l'abast de tothom?; afavoreixen la fluïdesa comunicativa amb la dimensió	Determinar l'efectivitat comunicativa dels mitjans seleccionats.

	de l'associació?	
Conèixer al col·lectiu amb qui treballa ADISPAP i així determinar les seves necessitats, expectatives i percepcions.	Quin són els seus stakeholders?; quina és la seva relació?; quina és la percepció que projecta ADISPAP davant els stakeholders?	Analitzar el valor relacional entre l'associació i els stakeholders.
Definir les fonts de finançament d'ADISPAP.	Com es finança l'associació?; d'on provenen les contribucions?; rep subvencions públiques?	Determinar si les fonts de finançament actuals són suficient per a la seva supervivència.
Augmentar la visibilitat en conjunt d'ADISPAP dins de la comunitat.	Quants likes rep ADISPAP en el seu perfil de Facebook?; quina audiència té el programa radiofònic?; ha crescut l'associació en nombre de socis, sòcies, usuaris/àries, ...?	Definir quin és l'impacte del pla de comunicació en la visibilitat d'ADISPAP vers la societat.
Determinar el pressupost final.	Quin és el pressupost actual per realitzar accions de comunicació?; quin és el pressupost de cada acció?; són assumibles?	Determinar si les accions proposades i el pressupost fixat per ADISPAP estan en consonància.

Bibliografía

Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: UOC.

Castiñeira, À., Vidal, P., Iglesias, M., Miroso, O., & Villa, A. (2003). *Libro blanco del tercer sector cívico-social en Cataluña*. Barcelona: CETC, EADOP.

Enrique, A. M., & Morales, F. (2015). *Somos estrategas: dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gedisa.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (2007). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestion 2000.

Herranz de la Casa, J. M. (2007). La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas. *Ciriec - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 5-31.

Marcuello Servós, C. (2007). *Capital social y organizaciones no lucrativas en España: el caso de las ONGD*. Bibao: Fundación BBVA.

Otero Alvarado, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: UOC.

Rodríguez, A. (2015). Capítulo IX Investigación aplicada, comunicación corporativa y valor agregado. Método para el planteamiento y la solución de problemas. A A. M. Enrique, *Somos estrategas: dirección de comunicación empresarial e institucional* (p. 173-190). Barcelona: Gedisa.

Ruiz, J. I. (2001). El sector no lucrativo en España. *Ciriec España*, 51-78.

Soler, P., Enrique, A. M., Madroñedo, M. G., & Morales, F. (2008). *La Planificación de la comunicación empresarial*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions.

TARSA. (2011). *OPC 2.0: Guía sobre el uso de los medios sociales para organizadores profesionales de congresos, convenciones y eventos*. Elche: OPC España.

Xifra, J. (2011). *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales*. Madrid: Tecnos.

Xifra, J. (2011). Capítulo III Investigación y Diagnóstico. A *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 127-140). Madrid: Tecnos.

Xifra, J. (2011). Capítulo IV Metas y Objetivos. A *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 141-153). Madrid: Tecnos.

Xifra, J. (2011). Capítulo IV Metas y Objetivos. A *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 141-153). Madrid: Tecnos.

Xifra, J. (2011). Capítulo V Estrategia. A *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 154-162). Madrid: Tecnos.

Xifra, J. (2011). Capítulo VI Evaluación y Control. A *Manual de las Relaciones Públicas e Institucionales* (p. 163-165). Madrid: Tecnos.

Webgrafia

Balas Lara, M. (enero-abril / 2008). *El Reto de la Comunicación en el Tercer Sector No Lucrativo*. Consultat el gener / 2016, a Revista Española del Tercer Sector - Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2649005>

Castillo Bautista, R. i. (2008). *Análisis organizacional y de imagen de asociaciones no lucrativas*. Consultat el març / 2016, a eumet.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/431/>

Coro, M. (03 / febrer / 2013). *Tipos de eventos*. Consultat el maig / 2016, a SlideShare: <http://es.slideshare.net/monicoro/tipos-de-eventos-16325311>

Fuerte Perdomo, J. (maig-agost / 2007). *Las Organizaciones No Lucrativas: Necesidades de los usuarios de la información financiera*. Consultat el març / 2016, a Revista Española del Tercer Sector - Dialnet: https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwjYn6fkpYLNahWShRoKHxIdAvsQFggoMAE&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2376721.pdf&usq=AFQjCNFLkNiNzqFV-orkWNZAnonTVwqNcA&sig2=u5BAcp-00Ah_t676KxjQ2Q

Herranz de la Casa, J. M. (març / 2006). *La Comunicación y la Transparencia en las Organizaciones No Lucrativas*. Consultat el gener / 2016, a Universidad Complutense de Madrid: <http://eprints.sim.ucm.es/11539/1/T29229.pdf>

Herranz, J. M. (juny-juliol / 2007). *La Comunicación Dentro de las Organizaciones No Lucrativa. La construcción de la confianza con los ciudadanos*. Consultat el febrer / 2016, a Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n58/jherranz.html>

IAB. (gener / 2015). *VI Estudio Redes Sociales de IAB Spain*. Consultat el maig / 2016, a http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Estudio_Anual_Red_Sociales_2015.pdf

Lárez Salazar, M. (28 / abril / 2010). *Los Eventos y sus Etapas*. Consultat el maig / 2016, a SliderShare: <http://es.slideshare.net/laresal/los-eventos-y-sus-etapas>

Marcuello Servós, C. (2007). *Responsabilidad social y organizaciones no lucrativas*. Consultat el gener / 2016, a Ekonomiaz - Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533618>

Marcuello, C., Bellostas, A., Marcuello, C., & Moneva, J. M. (octubre / 2007). *Transparencia y Rendición de Cuentas en las Empresas de Inserción*. Consultat el març / 2016, a Ciriec - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa: https://www.researchgate.net/profile/Carmen_Marcuello/publication/5004287_Transparencia_y_rendicin_de_cuentas_en_las_Empresas_de_Insercin/links/09e4150630e02c275e000000.pdf

Montoya Castillo, W. (26 / febrer / 2012). *Manual sobre la Organización de Eventos*. Consultat el maig / 2016, a SlideShare: http://es.slideshare.net/will0903/manual-sobre-la-organizacion-de-eventos?next_slideshow=1

Puñet Olivella, E. (06 de juny de 2014). *Treball de fi de grau - Creación de una agencia de comunicación ONL para el tercer sector social*. Recuperado el juny de 2016, de Facultat de Ciències de la Comunicació: <http://ddd.uab.cat/pub/tfg/2014/127805/TFG-ESTERPUNET.pdf>

Redacción. (26 / setembre / 2014). *Los Secretos de la Organización de Eventos*. Consultat el abril / 2016, a Top Comunicación & RR.PP.: <http://www.topcomunicacion.com/noticia/4312/los-secretos-claves-de-la-organizacion-de-eventos>

Robredo, J. (28 / setembre / 2013). *Rentabilidad de los eventos: malos tiempos para la lírica, buenos tiempos para el ROI*. Consultat el abril / 2016, a Top Comunicación & RR.PP.: <http://www.topcomunicacion.com/noticia/4283/explicar-al-cliente-la-rentabilidad-de-los-eventosagencias-comunicacion-en-vivo>

Ruiz Lozano, M., Tirado Valencia, P., & Morales Guitiérrez, A. C. (deseembre / 2008). *Transparencia y calidad de la información económico-financiera en las entidades no lucrativas. Un estudio empírico a nivel andaluz*. Consultat el març / 2016, a Ciriec - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa: http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/6310_Ruiz_et_al.pdf

Ruiz Olabuénaga, J. I. (abril / 2001). *El sector no lucrativo en España*. Consultat el febrer / 2016, a Ciriec - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa: <https://core.ac.uk/download/files/153/7071457.pdf>

Sigma, G. (02 / juny / 2008). *Las TIC: una oportunidad para las organizaciones no lucrativas*. Consultat el abril / 2016, a Grupo Sigma: <http://www.gruposigma.com/las-tic-una-oportunidad-para-las-organizaciones-no-lucrativas/>

Taules

IAB. (2015). Conocimiento y penetración de las RRSS. Redes utilizadas / usadas. A *VI Estudio Redes Sociales del IAB Spain* (p. 5). España. (Taula III).

Ruiz, José Ignaacio. (2001). Distribución de organizaciones no lucrativas según sectores de la Clasificación ICNPO. A *El sector no lucrativo en España* (p. 58). Ciriec España. (Taula II).

Ruiz, José Ignacio. (2001). Número y tipos de entidades no lucrativas. En *El sector no lucrativo en España* (pág. 58). Cirec España. (Taula I)

Imatges

Maps, G. (octubre / 2015). *Rotonda de Palau-solità i Plegamans*. Consultat el maig / 2016,
a <https://www.google.es/maps/place/08184+Palau-solit%C3%A0+i+Plegamans,+Barcelona/@41.5987003,2.1809234,3a,75y,308.28h,82.44t/data=!3m7!1e1!3m5!1sKxQtMCKOLULCubD79yVUZA!2e0!6s%2F%2Fgeo1.ggpht.com%2Fcbk%3Fpanoid%3DKxQtMCKOLULCubD79yVUZA%26output%3Dthumbnail%>

ANNEXES I

Guió de l'entrevista formulada al President d'ADISPAP

1. Quant temps fa que ostenta el càrrec de President d'ADISPAP?
2. ADISPAP és una Associació dirigida a quin tipus de públics?
3. Quin és l'àmbit d'acció d'ADISPAP: local, municipal, comarcal...?
4. Quins són els valors predominats d'ADISPAP?
5. Quins són els objectius comunicatius marcats a curt i llarg termini per l'associació?
6. Quines formes de comunicació utilitzeu per traslladar informació a les diferents persones que conformen l'associació? Als voluntaris/àries? A la Junta? Als pares/mares? Als socis? Als usuaris?
7. Quins són els vostres punts forts en comunicació en l'àmbit intern de l'associació? I quins punts febles en l'àmbit intern també?
8. Quins són els vostres punts forts en comunicació en l'àmbit extern de l'associació? I quins punts febles en l'àmbit extern també?
9. Amb quins recursos compteu per fer-hi front?
10. Quins tipus d'accions s'han dut a terme durant la vida útil de l'associació?
11. Amb quina finalitat s'han dut a terme aquestes accions?
12. Segons vostè, quin seria el percentatge d'èxit de les accions dutes a terme?
13. Descrigui quina relació, a nivell comunicativa, amb els stakeholders (institucions públiques, altres associacions, empreses...)?
14. Cercant per la pàgina web de l'Ajuntament de Palau he pogut observar que existeix unes 56 entitats registrades i classificades segons el seu àmbit d'acció. Quina diria vostè que és competència directa o indirecta amb ADISPAP?
15. Hi ha entitats fora de Palau que sigui competència d'ADISPAP?
16. En quins aspectes diria vostè que són comuns amb entitats competents d'ADISPAP (valors, temàtica,...)?
17. Tota associació es finança de maneres diferents. En aquest cas, quines són les fonts de finançament d'ADISPAP?
18. Per recaptar fons de finançament, quines accions s'han dut a terme?
19. Quines accions creu que s'haurien de portar a terme?

Guió de l'entrevista formulada a un familiar d'ADISPAP

1. Quant de temps fa que formen part de la família ADISPAP?
2. Com va saber de l'existència d'aquesta associació?
3. Expliqui una mica el motiu de formar part d'ADISPAP i no d'una altra associació.
4. Quines expectatives tenies dipositades en l'associació? S'han satisfet amb èxit?
5. Llevat que vostè forma part de la Junta, des de la perspectiva com a pare/mare, com creu que és la comunicació que té ADISPAP?
6. Quins punts positius i quins punts negatius veu vostè en la comunicació que té ADISPAP?
7. Creu vostè que manquen algunes funcions comunicatives?
8. Es convoquen reunions periòdiques per determinar els problemes existents, el què s'ha fet o es durà a terme i el resultat aconseguit?
9. Com és el transcurs d'aquestes reunions? Quin guió seguiu per abordar els temes que voleu parlar?
10. Aquestes reunions són participatives i consensuades?
11. Existeix comunicació fluida entre pares i ADISPAP en relació a les activitats realitzades?
12. Quins són els punts positius i negatius de la comunicació entre pares i ADISPAP?
13. Quins són els mitjans i suports de comunicació utilitzats per ADISPAP quan es dirigeixen als pares?
14. En relació a les accions de comunicació realitzades per ADISPAP, quin grau de participació/involucració per part del seu col·lectiu existeix?
15. De cara a la societat i, des de la seva perspectiva com a membre de la Junta, creu que s'informa correctament de les activitats de l'associació?
16. Amb quins recursos de comunicació compte ADISPAP per fer-se visible vers la societat?

Guió de l'entrevista formulada a un/a soci, sòcia d'ADISPAP

1. Quant temps fa que vostè és soci/a d'ADISPAP?
2. Expliqui els motius que el van conduir a fer-se soci / a d'una associació.
3. Per què ADISPAP i no altra associació?
4. Com va saber de l'existència d'aquesta associació?
5. Quina classe d'activitats ofereix l'associació? En quines vostè n'està interessat?
6. Existeix comunicació fluida entre socis/es i ADISPAP en relació a les activitats realitzades?
7. En cas afirmatiu, quins són els mitjans de comunicació utilitzats?
8. Des del seu punt de vista, quins són els punts negatius presents a ADISPAP en relació a la comunicació interna entre soci/a vs. ADISPAP?
9. Què proposaria vostè per a una major fluïdesa comunicativa?
10. Com a integrant de la societat de Palau, com es percep ADISPAP?
11. Creu que la societat sap de la seva existència?
12. Des de la seva perspectiva, Quines eines creus que es podrien utilitzar per fer més visible ADISPAP a la resta de la societat?
13. Per recaptar fons de finançament, quines accions s'han dut a terme?
14. Quines accions creu que s'haurien de portar a terme?

Guió de l'entrevista formulada a un/a usuari/ària d'ADISPAP

1. Quants dies a la setmana vas a ADISPAP?
2. Em podries descriure aquelles coses positives i aquelles coses negatives que en treus d'anar a ADISPAP?
3. Quines activitats realitzes a ADISPAP?
4. Quins aspectes positius i quins negatius trobes en aquestes activitats?
5. Heu proposats activitats? De quin tipus? Si és així, s'han portat a terme les activitats que has proposat a l'associació? Quines d'elles?
6. Realitzeu sortides? A on aneu?
7. Com us comuniquen aquesta sortida?
8. Proposeu llocs per fer sortides? Hi aneu?
9. En cas negatiu, us donen alguna explicació o sospiteu quines poden ser les causes?
10. Els dies que no hi ha activitat programada en ADISPAP, què feu?
11. T'agradaria canviar alguna cosa d'ADISPAP? Què canviaries?

Guió de l'entrevista formulada a la Coordinadora del Voluntariat d'ADISPAP

1. Com descriuries la teva personalitat?
2. Quant de temps fa que ets voluntària d'ADISPAP?
3. Com va saber de l'existència d'aquesta associació?
4. Per què ADISPAP i no altra associació?
5. Quines expectatives tenies dipositades com a voluntària dins l'associació?
6. Tenies experiència prèvia com a voluntària? Si és així, en quina associació i quines tasques realitzaves?
7. Quant de temps dediques a realitzar aquest voluntariat?
8. Des d'ADISPAP (Junta), et varen informar adequadament del target al que es dirigeix? Què et varen explicar?
9. Pel que fa a aquesta informació sobre el target al qual es dirigeix l'associació, vas trobar una manca de comunicació?
10. Com descrius la relació comunicativa entre tu, la Junta i els pares/mares?
11. Quins són els aspectes positius de la relació comunicativa entre tu, la Junta i els pares/mares?
12. Per a tu, què caldria millorar en aquesta relació comunicativa entre tu, la Junta i els pares/mares?
13. Com descriuries la relació comunicativa entre tu i la resta de voluntaris/àries de l'associació?
14. Quins són els aspectes positius de la relació comunicativa entre tu i la resta de voluntaris/àries de l'associació?
15. Per a tu, què caldria millorar en aquesta relació comunicativa amb la resta de voluntaris/àries?
16. Quines vies de comunicació utilitzes per comunicar-te amb els col·lectius esmenats anteriorment (Junta, pares/mares, voluntaris/àries)?
17. Parla'ns una mica com és la teva relació amb els usuaris/àries d'ADISPAP.
18. Com a voluntària, a quins problemes de comunicació has de fer front?
19. Amb quines eines disposes per fer-hi front?
20. Creus que necessites altres eines per fer-hi front? De quin tipus?
21. Quines accions creus que són necessàries per fer més visible ADISPAP per part de la societat i comunicar millor les seves accions?
22. ¿Creus que ADISPAP és coneguda dins del sector de la societat al qual va dirigida?

ANNEXES II

Transcripció de l'entrevista realitzada a l'Alfonso, President d'ADISPAP

(A llarg de l'entrevista s'escolten veus, crits, etc. aliens al registrament d'aquesta)

Bona tarda Alfonso.

Bona tarda.

I gràcies per haver-me concedit aquesta entrevista.

No hi ha de què.

Quant temps fa que ostenta el càrrec de President?

De President? Em sembla que des d'el 93.

¡Molts anys!

Espera. Espera que no m'equivoco [Recordant]. Em sembla que sí. Des d'el 93.

ADISPAP és una associació que es dirigeix a quin tipus de públic?

Bueno es dirigeix a persones a famílies i a persones [Soroll] amb certes discapacitats funcional o psíquica.

Quin és l'àmbit d'actuació de l'associació?

L'àmbit d'actuació sols ser Palau-solità i en aquest cas també Caldes.

O sigui que és municipi.

Sí. És el municipi de Palau i Caldes en aquest sentit i després explicaré perquè.

Quins són els valors predominants d'ADISPAP?

Home els valors predominats és la...*aviam* principal principal és que els joves discapacitats estiguin integrats en la societat com a tothom. Aquest seria el valor principal després la igualtat la solidaritat, etc.

Quins són els objectius marcats a curt termini per a ADISPAP?

Curt termini? *Bueno* curt termini és consolidar una actuació pensant fer encara que ja l'hem dit a l'última assemblea havíem dit que no a Fundació però, el dijous fem una altra assemblea per reconsiderar-ho i a veure si tirem endavant fent una mínima actuació aquí a Palau amb aquesta Fundació en temes sobre l'aigua.

I a llarg termini?

A llarg termini que l'associació no desapareix i continuar encara que els nostres joves que sempre diem els joves doncs es van fent grans.

Quines formes de comunicació utilitza ADISPAP per comunicar-se amb els diferents públics? Per exemple pares voluntaris nens.

Estem una mica al dia amb el tema del WhatsApp. Ens comuniquem amb el WhatsApp amb el correu electrònic però *bueno* ens falta una mica reciclant-se'n i posant-se més al dia encara [Riu].

Molt bé. Quins són els punts forts en comunicació interna?

Punts forts! *Bueno*. Punts forts en comunicació interna és que hi ha un nucli petit que som els que més tirem del carro de l'associació.

I quins diria que són els punts febles dintre de la comunicació interna?

Punts febles serien *pues* que no participa tothom diguéssim. La gent mira d'allò llegeix el WhatsApp o la informació i no participa de tot.

I de cara a punts ja siguin forts o febles de cara al caràcter extern?

Punts de caràcter extern...

Sí. De cara a la societat.

De cara a la societat?

Sí.

Home! Els punts flux que tenim és que encara ens tenim que donar a conèixer més. Per exemple a la premsa local *pues* no participem. Tindríem que participar a una fulla mensual tindríem que posar la meitat d'un A4 per exemple informació del que fem i així encara ens coneixerien més el poble i la gent podria col·laborar més amb nosaltres això és un *fallo* que tenim la Junta i els col·laboradors.

I com a punt fort?

Com a punt fort és una mica contradictori *lo* que he dit abans. Ens coneixen [Riu] bastant i col·laboren bastant amb nosaltres sobretot els negocis del poble els comerços les associacions i per exemple el tren de Palau.

Per afrontar aquests punts febles tant de caràcter extern com de caràcter intern amb quins recursos compteu, si compteu amb algú recurs?

Comptem amb recursos humans i recursos econòmics que trèiem de la nostres rifes de Nadal de les quotes dels nostres socis de la subvenció de l'Ajuntament i d'alguna subvenció que ens a donat. Abans teníem un espònsor d'una empresa de construcció però com que la construcció

ha anat molt malament *pues* hem perdut aquesta subvenció i *bueno* això serien els nostres ingressos diguéssim per funcionar. Intentem abonar tot el que podem per als nostres joves.

Durant el seu període de President ¿quines accions de tipus comunicativa s'han dut a terme?

Quines accions de manera comunicativa? Molt poques. Ja t'he dit que una de les manques que tenim és que no hi ha una persona que tiri del carro del tema de la comunicació. Tindríem que tenir algú jove que fos estudiant de per exemple de periodisme que fos un voluntariat i que estigués al cas del tema de la comunicació i la informació de la nostra associació. Això seria molt bé i ens ajudaria molt donant-se a conèixer a la societat diguéssim. És un punt feble.

Amb quina finalitat... quan s'han fet quan s'ha participat en fires com a Santa Llúcia [no s'entén] o altres esdeveniments amb quina finalitat s'ha dut a terme?

Home! S'ha dut a terme amb finalitat poder primer... punt primer seria el recaptatori per tenir calers. Després també perquè ens ho passem bé per donant-se a conèixer perquè sempre hem anat intentem que això continuï perquè fa caliu perquè fa unitat i perquè ens ho passem bé.

Aquestes accions segons tu quin seria el percentatge d'èxit? O sigui si s'ha dit aquesta acció o presentar-nos en aquesta fira serà per aquest motiu. Quin seria el percentatge d'èxit aconseguit?

Ja. Ja t'he entenc. Home per exemple a la fira de Palau que aquest any passat no s'ha fet l'èxit no és tan important com per exemple la fira de Santa Llúcia. La fira de Palau l'únic que podem vendre doncs és loteria o... la gent passa molt a veure les nostres fotos i d'allò però no venem cap article només la loteria si ja la tenim a punt. La fira de Santa Llúcia sí que venem els treballs dels nostres joves i venem també aquelles flors que porten sort si les poses a dalt a la porta [Riu] i *ramets* i treballs manuals que han fet els nanos. Després també van col·laborar amb nosaltres també els de "Les Rodes Solidàries" i *bueno* col·laborar moltíssima gent. La penya barcelonista sempre col·labora el tren de Palau.

Descrigui una mica com és la relació entre ADISPAP com a associació i les entitats públiques com Ajuntament Generalitat o entitats privades com per exemple empreses.

Les relacions solen ser bones. A vegades són les persones que hi ha darrera aquestes entitats és a dir l'Ajuntament a vegades canvien els regidors o els alcaldes i sempre intenten tenir bona relació sigui quin sigui el color de l'Ajuntament. Normalment sempre a ser nosaltres una associació de caràcter social *pues* sempre ha sigut bastant bones les relacions i mai hem tingut problemes importants. Mai! Al revés. Sempre hem tingut tota mena de facilitats i tant això respecte als polítics i a l'Ajuntament. El que respecte a les empreses i el que respecte a les altres associacions doncs passa el mateix. Si estem en una activitat de caire social ens mimen molt i col·laboren amb nosaltres pel que faci falta. Només tenim que demanar el que sigui, per els pagesos! Enseguida ens posa el tractor enseguida ens posa el remolc. El que faci falta.

Buscant per la web de l'Ajuntament he pogut veure que hi ha enregistrades unes cinquanta-sis associacions més o menys. En quines d'aquestes associacions diria que competeix amb ADISPAP?

Què comparteix amb ADISPAP?

Què competeix?

Què competeix amb nosaltres?

Sí.

Home que competeix ningú, no? Que tenim les mateixes finalitats?

Sí.

O finalitats semblants?

Sí.

Home *pues* no sé. Qui s'acostaria molt *pues* podria ser no sé... podria ser per exemple Creu Roja o Càritas o de les que són d'activitat social.

I creu que hi ha entitats fora de Palau que també competeixen amb Palau, amb ADISPAP?

Bueno no és que competeixin que fan la seva labor igual que nosaltres per exemple.

Sí.

Sí! En cada poble normalment hi ha una associació de discapacitats. A Mollet hi ha ADIMO que la coneixem bastant i em consta a mi que a Caldes també sempre havia hagut una associació després explicaré el que va passar amb aquesta i no sé si em preguntaràs com es va fundar

Com vulgui. Endavant.

Aprofitant la vida entesa d'aquesta pregunta per dir que nosaltres quan ens va fundar vam sortir de "Palau Solidari" perquè nosaltres estàvem a l'associació "Palau Solidari" que era de caire de solidaritat i a les nostres reunions hi havia un parell de mares que tenien nanos discapacitats i sempre exposaven els problemes dels nanos discapacitats. Estaven [mòbil] desorganitzats i aleshores ens va fer molta il·lusió organitzar una associació de discapacitats. Ens vam posar les piles ens vam repartir en grups de treball i vam organitzar una associació de discapacitats. Vàrem ajudar a muntar els pares una associació de discapacitats. Aquí vàrem anar a buscar? Vam anar a buscar a l'associació de Caldes. El seu President aleshores era el Senyor Ramón Guimerà. Jo el coneixia perquè ell era el Cap dels Forestals al Vallès Oriental i jo un voluntari forestal i el coneixia i sabia que tenia un nano discapacitat. Vam anar a veure'l i li vam dir si volia baixar a explicar-se'ns com havia muntat l'associació. Llavors aquí nosaltres vam reunir a tots els pares de Palau ens vam parlat de com ho havien fet i els vam ajudar a muntar l'associació. I una altra és que amb el temps l'associació aquesta s'han fet grans ja com ara estem gairebé nosaltres com ells ja i ells els de Caldes han baixat amb nosaltres! I és clar això és molt maco perquè resulta que els que ens van ensenyar ara estan amb nosaltres perquè s'han fet grans i nosaltres doncs es clar. És un goig molt gran perquè ja et dic. A mi em fa una il·lusió tremenda que els que vam anar a la vila per a què ens ensenyessin com funcionava ara resulta que ens s'han ficat amb nosaltres. És una cosa molt bonica d'explicar.

¡Molt maca! Sí. Sí. Tota associació de tema social cultural i tot això es finança de manera diferent. En el cas d'ADISPAP quines fonts de finançament tenen?

Pues nosaltres ja tenim com ja t'he comentat abans la principal font que tenim de finançament és l'Ajuntament. La subvenció social que ens dona l'Ajuntament. Després la segona que tenim són les quotes dels socis nostres. La tercera em sembla que és la que fem amb la loteria de Nadal la part que ens queda de la quota cobrem petiteta de cada participació i després el de la fira de Santa Llúcia i aquestes coses.

Quina activitat a més a més de la loteria s'ha dut a terme per recaptar fons?

UY! Antigament es feien moltes. Per exemple una vegada una mestra de l'institut en aquell moment estava de President de l' Associació de Pares de l'institut coneixia a una mestra i em va dir que sa germana tenia una tenda de roba que la tancava no m'han recordo si era de Cardedeu o Sant Celoni i que ens regalava tot un seguit de roba. ¡Però *bueno* moltíssima roba! ¡Uns sacs tremends de roba nova de trinca! Roba de poble com dic jo, no? I *bueno* vam fer unes parades aquí li vaig dir a l'Ajuntament si hi havia algun problema i van dir que no i la vam vendre a preus populars a un euro dos euros i vam fer bastants calers. Unes paradetes i veníem roba [Riu] Sí!

Per vostè ¿val? Com a President quines accions que no s'han fet encara creu que podria ser molt positives de cara a recaptar fons?

Home! *Pues* mira a mi em faria molta il·lusió que una vegada em vaig posar en contacte amb el Jordi LP i em va prometre que vindria a un Festival en aquí i després pel que sigui no vam acabar de *solventar-ho*. I això és una coseta que porto clavada que m'agradaria tirar-ho endavant un dia, per què? Perquè sé que en Jordi LP és molt... viu a Caldes o té una torre a Caldes o a Santa Eulàlia o a Lliça d'Amunt i tinc una targeta seva i tot i sé que tard o d'hora em tindrà que posar en contacte amb ell i tirar-ho endavant i fer un Festival com Déu mana que hi vingui moltíssima gent i fer un tema recaptatori. Aquesta seria una cosa. Per a tema recaptatori oi m'has dit?

Sí. Sí.

I després tinc més idees. Una seria fer una col·laboració... aquesta no és recaptatòria és una idea que tinc...

Sí. Sí [mitjançant el seu llenguatge corporal demanava confirmació per explicar allò que volia]

De participació de *carinyo*. És que fer una col·laboració amb els iaïos de Palau i que un iaïo i una iaïa apadrinés un nano nostre. *Bueno* apadrinés estiguessin en contacte, saps? Que estiguessin en contacte i *bueno pues* que tinguessin alguna reunió amb ells o una sortida etc. És una idea que tinc per polir i tirar-la endavant.

Interessant! Interessant!

Interessant! Interessant! [Riu]

¡Muchas Gracias Alfonso! I fins aquí l'entrevista. Fins una altra!

A la teva disposició! El què necessitis!

Transcripció de l'entrevista realitzada a la Merche i a l'Ani, mare i germana de dos usuaris d'ADISPAP

Buenos días y gracias por concederme esta entrevista.

Ani: Pues buenos días.

Merche: Buenos días y faltaría de más.

Empezamos por la que vosotras queráis. ¿Cuánto tiempo hace que forma parte de la familia ADISPAP?

Ani: ¡Yo ocho años!

Ocho años. ¿Y tú Merche?

Merche: Bueno. De la familia ADISPAP estoy apuntada desde que Brian tiene diez meses pero que está Brian participando y tal desde que el Brian tiene bien diez once años.

¿Y ahora cuántos años tiene?

Merche: Y ahora va a cumplir dieciocho. O sea casi como tú ¿no Ani?

Ani: [Assenteix amb el cap]

¿Cómo supisteis de la existencia de ADISPAP?

Merche: ¿Tú, Ani...?

Ani: Yo supe a través del Alfonso, que lo conocí y entonces hablando con él pues me estuvo hablando de la asociación esta y a través de él empecé a mirarlo y empezó a ir Julio.

¿Y tú Merche?

Merche: Yo de que existía la asociación de ADISPAP eh... pues como llevé al Brian a la doctora Rabasa que era la pediatra de entonces y ADISPAP estaba justo detrás, y entonces bueno piqué una tarde y me salió casualmente tu madre. Tu madre, la seño Loli y también la Lidia. Pero bueno como te digo Brian era chiquitito, ¿no? y digo ya nos veremos y bueno siempre he estado por ahí y viendo y tal hasta... [No s'esbrina el que es diu]... formar parte de esto.

Explicar un poco los motivos...

Merche: ¿Los motivos de qué?

De porqué estáis aquí.

Ani: Bueno pues yo creo que es un aliciente para ellos es un son dos días en semana que tienen otra cosa en que hacer y hacen actividades hacen muchas salidas hacen colonias y yo creo que todo eso a ellos les motivan mucho.

Merche: Bueno y también es un respiro para ellos de después de estar todo el día con su jornada en mi caso escolar ¿no? Pues bueno también en el caso de Brian que vive en Palau, tiene que irse al colegio a Sabadell, y claro llega aquí, no se puede rozar no tiene contacto con nadie más del pueblo ni tal pues bueno, tiene un círculo pues de amistades y entonces va creando su grupo tiene su espacio, eh dos días a la semana de tener su grupo de... de amigos y luego de convivencia también para cuando hacen como dice Ani pues cuando hacen sus colonias sus salidas y... y crean su círculo en... en unidad para pues eso para sus actividades sus salidas y bueno en conocimiento de sus compañeros y bueno todo eso.

¿Qué expectativas teníais de ADISPAP?

Merche: ¿Cuándo lo conocimos?

Sí. O sea cuando vosotras formasteis parte de esta familia ¿qué expectativas tenías?

Ani: Pues no sé. Expectativas... yo que sé no es que tenga a gran escala pero tiene socios, es como una pequeña grande familia se... nos llevamos todos bien dentro de lo que nos relacionamos, los chavales yo creo que para los chavales es una válvula de escape, es hacer algo fuera de casa que normalmente no hacen con la familia, no tienes... esos días que vienen del cole y no tienen eso ellos lo relacionan porque se llevan a parte han hecho un grupo que se llevan entre ellos se... se cuidan unos a los otros y yo creo que ellos de cara a largo plazo yo creo que eso a ellos les beneficia mucho.

Merche: Sí. Es que es eso. Es una... a veces en ser muchos, no se conocen tanto como a veces dices bueno es que somos muy una asociación muy pequeña que tal que no... no llegamos aquí o allá pero es que a veces ser pocos a veces es eso se tiene muchos privilegios porque, entre ellos se conocen... ellos no entienden, por ejemplo qué discapacidad o tal ¿no? eso más nosotros los conscientes pero, entre ellos se conocen por ejemplo yo lo noto mucho en mi chico, que es pequeño y que es bastante dependiente pero eh... los otros que son más independientes pues saben si le falta esto... se cuidan. Se cuidan muchísimo. Pero, saben a la hora de tener una convivencia como de día de cuando salen de un fin de semana y de colonias pues parecen hermanos entre ellos.

Muy bien.

Merche: Entre ellos o cuando salen por ejemplo un fin de semana de colonias, pues lo mismo. Se les ven muy juntitos todos juntos y se cuidan entre ellos de que... pues tenemos que ayudar al fulanito o al otro o tenemos aquí a la Sonia que... no no que... que yo... que se quiere poner la primera ¿y qué? entonces los demás también se ponen detrás de ella porque ven todo que hay y puede hasta con su bólido que tiene ahora y bueno ¡Cuidado! No la adelantemos pues lo mismo.

Como madre y hermana ¿cómo creéis que es la comunicación de ADISPAP?

Merche: ¿La comunicación general?

Sí. O a nivel interno o a nivel externo o en general.

Merche: A nivel interno de hablamos de los... de socios, vocales y esto ¿aquí no tienen nada que ver los niños, no?

No. Como madre, no como...

Merche: Vale. Yo hablo como madre. Como madre a veces nos falta... por ejemplo hacemos reuniones y tal pues aquí se peca, se peca porque yo en mi opinión es que tendría que haber una normativa por normativa, tendría que haber unas normativas básicas de cumplirlas ¿no? Siempre puede haber alguna excepción porque sí que es verdad que siempre puede suceder algo ¿no? De qué... pues en la comunicación bueno pues tiene que haber una asistencia por ejemplo de reunión; si las familias hoy en día pues a veces no están padre y madre junto y tal pero sino pues que venga un hermano mayor o un familiar que se haga cargo de la situación de esta criatura x la llamaremos así ¿no? Entonces... o que pasen la nota de que alguien tiene que ¿Quién representa a esta persona? Entonces todo el mundo tenemos que estar informados de las reuniones entonces si por lo que sea no... Yo por ejemplo, me hago cargo yo, mi hijo tiene a su madre y a su padre se hace una reunión y ninguno de los dos podemos ir, bueno ya me preocuparé yo qué ha pasado en esa reunión y yo estaré al caso; eh, por lo que sea, a las tres veces que no... [Gossos bordant] y que encima ni me apoyo ni me hago cargo de lo que ha pasado en esa reunión, bueno hay que hacerle un toque de atención porque no podemos luego que nos hagan... atiborren a preguntas y tal y de tal de esas personas nos hace mucho perder el tiempo y luego, esto a nivel interno, a nivel externo ¿de divulgación por ejemplo de nuestras cosas y tal...?

¿Por ejemplo?

Merche: Yo pienso que también aquí [Soroll] esto de la divulgación de nuestras cosas más bien cero también ¡Cero! ¡Cero! De publicidad en informativo por ejemplo de aquí del pueblo y tal [Gossos bordant]. Nadie se entera de lo que nosotros por eso mucha gente de aquí de ADISPAP y de muchísimos años que existe y es que cuando llega el tema de la lotería en Navidad cuando te preguntan ¿y dónde tengo que ir yo a... si toca a dónde voy a buscar esto? La gente no conoce.

Ani: A nivel de eso tiene razón Merche porque tenemos poca, digámoslo entre comillas, poca publicidad en ese sentido. En ese sentido no hay... no se ha hecho una publicidad a gran escala de que todo el mundo al menos en el pueblo sepa lo que es ADISPAP. En eso sí hemos pecado y se peca todavía. Pero claro, eso quien lo tendría que... son los que están en la Junta.

Merche: ¡Jefatura!

Ani: ¡Claro! Porque si no... no vamos a ningún puerto.

Merche: Si podemos tener, los que estamos por debajo, muchas ideas y muchas de esto pero, desde ahí no nos dejan crecer más pues estamos ahí [Soroll].

Ani: Estamos estancados.

Merche: Entonces qué pasa. Que esta asociación aunque quiera crecer más o venga con gente joven pues claro, si los de arriba están ya bastante cascados o ya no cascados; lo digo así porque tengo este lenguaje.

No se preocupe

Merche: Pero no tienen ya tanto fuelle, pues [Soroll] tienen que reconocer que los años pasan y, entonces, hay que dar paso a otra gente.

Ani: A gente nueva.

Merche: Para que... Esto está como en las elecciones. Hay que dejar pasar el turno a otros.

Ani: Renovar.

Merche: Sí que es verdad que nuestros chicos [Soroll], es verdad que tienen unas edades mayores y sus padres también son mayores, pero bueno. Vamos viendo gente más joven y también tenemos que dar oportunidad a que...Yo veo por ejemplo en el pueblo que hay niños y niñas más jovencitos entre que ven a gente más mayor y los chiquillos que también son más mayores pues en esta situación se mueren.

Y como puntos positivos, ¿veis alguno?

Merche: Hombre, a ver. Yo veo puntos positivos en el sentido que los niños que pueden tener cincuenta años cronológicamente, pero mentalmente no tienen esa edad.

En el aspecto de la comunicación, ¿algún aspecto positivo?

[Silenci]

O sea, habéis comentado pues vuestro parecer sobre la comunicación y por lo que habéis dicho, pues, es más negativo que positivo. ¿Algún punto positivo sobre la comunicación en ADISPAP o todo negativo? [Soroll]

Ani: No. Todo negativo no. Tiene su punto positivo pero tiene más de negativo que de positivo. Hay que ser realista. Hay que reconocerlo a tiempo porque por ejemplo de negativo, pues mira, te pongo un ejemplo: se convoca una reunión de padres, vamos los cuatro de siempre, y no son cuatro padres son... vamos a poner ocho por poner una cifra, [Soroll] esos cuatro restantes no se enteran de lo que pasa, no se preocupan de qué se ha hablado en esa reunión de qué no se ha hablado. Entonces claro eso es un punto negativo. Pero dentro de los puntos tienen positivos pero tiene más negativo que positivo. A la hora de participar los padres, pues siempre ¿qué pasa? Pues siempre [Gossos bordant] participan los mismos. En realidad se beneficia todo el conjunto del grupo tanto si participa el padre como si no participa. Entonces esos son puntos para mí negativos porque los padres se tendrían que implicar más.

A nivel de comunicación, ¿De qué creéis que carece ADISPAP? Antes ha dicho Merche que carece de una normativa más [Soroll] específica, ¿carece de otros puntos más?

Merche: A ver. Yo me refiero por ejemplo, eh quisimos cambiar por ejemplo el horario de ADISPAP porque los chicos también querían y tal. Ya que el Ayuntamiento gracias a dios nos ha

ofrecido, esta última vez que, ya tenemos local y ese local lo podemos usar todos los días ¿no? Pues, por ejemplo llega el invierno o el verano ¿no? Pero por ejemplo en especial el invierno y los chicos a lo mejor no son todos, pero a lo mejor los de Caldes pobrecillos no pueden venir siempre, pero a lo mejor los chicos de Palau o que se juntaran más chicos y podríamos usarlo pues por ejemplo a lo mejor no todos los días [Soroll], pero a lo mejor cambiar el horario por el de lunes, miércoles y viernes. Estuvimos con este tema para cambiarlo, para empezarlo ya desde septiembre y cambiarlo. Se decidió se está llevando por el camino de cambiarlo hasta este turno, no pues y a última hora se dijo de que no. Si se cambia... o sea es que estamos los cuatro gatos de siempre y entonces no sé si se hubieran conformado o no, porque como no vienen a las reuniones. No sabemos si les va bien mal si les parecen o no les parecen y se dijo que, bueno, hora en Navidades que igual hacíamos el cambio.

¿Algo que comentar?

Ani: Pues eso. Lo que ella dice. Que como no llegaron todos los padres, pues claro [Soroll] los otros dijeron que no y ya está. Pero no era ¿relevante? [No s'esbrina si es diu aquesta paraula] porque no estaban todos los padres que tenían que estar. Y claro, los cuatro que había no podían decidir por el resto.

Merche: Y esto no es así. Porque después de dos reuniones de Asamblea General y mandado por WhatsApp es que ni por WhatsApp te contestan siquiera. [Gos bordant] Preguntábamos a los niños claro y los niños lo veían bien.

¡Claro! Todos se implicaron.

Merche: [Soroll] Todo esto se hace por ellos.

Claro que sí.

Para tratar estos temas y otros ¿se hacen algunas reuniones periódicas?

Merche: Normalmente se hace en sí, el segundo martes...

Ani: ...de cada mes.

Merche: De cada mes. Pero que da igual que sea el segundo martes o que se diga otro día. Es que o sea eso es por la normativa. Segundo martes de cada mes. Pero se convocan y se desconvocan y se cambian. No hay una normativa. Pero ya desde Jefatura.

Y ¿con qué resultado? [Repetició de la qüestió]

Merche: ¿El resultado? Que no. ¿Te lo digo en plata?

[Assenteixo]

Merche: Esto es "campicha".

Ani: Pues con resultado negativo porque nunca se llega a una solución definitiva. [Soroll]

¿Cómo se realizan esas reuniones? ¿Cómo son?

Merche: En las reuniones

Sí.

Merche: Por ejemplo tendrían que haber un orden de prioridades y por ejemplo habla una persona y luego se le tendría que dar por orden de dedo ahora hablas tú, tú y tú y nos enteramos todos. No. Allí no. Allí es chillar, se mezclan las conversaciones que bueno yo me coge un ataque de ansiedad. Por favor no chilléis tanto y haber ahora tú. No. ¡Ay espera qué... un momento! Se cortan las conversaciones de las personas ¡Espera que me acuerdo ya de una cosa! ¡Espera, que te quiero decir una cosa yo a ti! ¡Oye tú! Allí no hay ningún moderador. Entonces cómo se va a... si una persona por ejemplo que tenga disfunción un poco así de las cosas ahí no sé. Sales de ahí y dices ¿de qué hemos hablado?

Ani: Sales sin nada. Lo mismo que entras.

Merche: Por ejemplo, vas a una segunda reunión y cosas que ya se han hablado de otras vuelven a salir. Eso ya quedó zanjado. ¡Déjalo ya! Y hay que volver [Soroll] a hablar de ahora para el trimestre o para... cosas que ya son pasadas déjalas pero, cosas que se han quedado colgadas no se solucionan. Y hay cosas que se arrastran de un año.

Vosotras decís que en las reuniones van los cuatro padres de siempre.

Merche: Sí.

Ani: Sí.

¿Participan o solamente se quedan al margen mientras que uno o dos son los que más hablan?

Ani: No. Suelen hablar los cuatro que *nos hayamos* ahí suelen hablar [Cursiva: substitueix a la paraula incorrecta *habemos*] suelen hablar.

Merche: ¡Sí!

Ani: Aunque son los mismos de siempre y suelen entrar en la conversación que se está hablando o lo que se esté diciendo y cada uno da su opinión.

¿Existe comunicación fluida entre padres y asociación en relación a las actividades que se hacen?

Ani: No. Porque las actividades que se hacen se hablan allí. Por ejemplo las colonias se hablan se decide dónde van a ir y fuera de eso los que se encargan de buscar el transporte, sin organizarlo. Nada más.

¿Carece de comunicación?

Ani: Sí, sí. Claro. Porque se hace la reunión ¡Oye! ¿Dónde van a ir este año de vacaciones? ¡A Caldes! Por decirte algo. Pues se organiza aquello que es el de Caldes el que lo va a organizar, buscar el medio de transporte el que lo va a organizar y los padres, los menús las comidas

¿Cómo? ¿De qué manera? Los padres lo único que saben es de tal día a tal día y lo que tienen que pagar. Y nada más.

¿Qué puntos negativos y positivos encontráis vosotras entre los padres y la asociación?

Merche: Por mayoría. Por mayoría es que los padres [Soroll] lo tiene todo hecho. Por ejemplo hay muchas cosas que hacer ¿no? Y para repartir. Por ejemplo es decir, pues, mira si colaboramos, yo por ejemplo, me dan el recado de decir pues mira tú ahora colabora aquí en *Santa Llúcia*, pues ahora tú colabora cuando llegue el verano, tú colabora cuando lleguen los carnavales, tú colabora cuando lleguen las colonias, tú colabora cuando llegue Halloween mira si hay cosas ¿no? Los padres en esto, pues vamos a repartirnos. Porque claro, si yo por decirlo entre comillas si yo mi hijo va a una [Soroll] asociación para yo tener un *stand by* ¿no?

Sí, sí.

Meche: Si yo luego el extra... que me encanta. ¡Ojo, eh! Qué yo disfruto. Con los niños yo disfruto. Pero, si luego tengo que participar de los que vamos ese poquito me toca estoy en todo eso yo a mi hijo, ahora ya se ha acostumbrado, pero mi hijo él me ha llegado a decir como diciendo si aquí no está la [Soroll] madre y el padre... no me lo dice pero, le pasa por la cabeza pero no le pasa por la lengua; pero sí que con todo eso ¡Vete! ¡Vete! ¡Tú aquí no! Que yo, no me puedo acercar que es mejor. Que no me acerco a él, me acerco a otros. Pero claro, él sin querer ha arañado y ha cogido a alguien del pelo también, diciendo ¿tú qué haces aquí? ¿No? Entonces claro, yo lo veo contraproducente [Soroll] cuando me dice ¿tú qué haces aquí? Si yo estoy con mis amigos. Es lógico. Mi chico en esa situación ¡Eh! ¿Qué hacen aquí mis padres? Si yo estar a lo mejor riéndome y todo [Cop].

Ani: Que nos ve a toda horas.

Merche: Es que nos ve a todas horas. Hasta incluso yo creo que también según qué padres de decir mira para qué vamos a ir nosotros si están las de siempre. Y se han acomodado.

Claro.

Merche: Y no es eso. O somos una familia para todo ¿Eh? O todos podemos estar de picos pardos.

¿Y cómo puntos positivos, como padre me refiero?

Merche: Yo lo positivo que saco os lo digo de verdad es que yo disfruto con los niños y eso a mí no me molesta. Quiero que vean el otro lado. Que mi hijo por ejemplo en ese sentido o sea no piense que mira no se entera. ¡No! ¡Claro que se entera! Y sufre. Y yo sufro. Pero yo soy incapaz de dejar a los niños colgados. Y que veo a hay familias que le echa mucho morro. Que no se crean que no se les noten el morbo. Claro. Que hay gente joven hasta incluso más joven que yo. Y es que, vamos, no se presentan ni siquiera para saludar.

Ani: Sí. Porque ellos la cena de fin de año pues sí, lo hacemos todos juntos. Pero si alguna vez se ha dicho ¡Oye! Pues nos podríamos juntar todos los padres con los chavales e irnos a comer o irnos un día de piscina todos juntos. Siempre han dicho que no.

Merche: Un convivencia.

Ani: Han dicho los de siempre pues los mismos de siempre. Pero el conjunto entero nunca.

¿Qué medios de comunicación o soportes utiliza ADISPAP para comunicar actividades a los padres?

Ani: Por WhatsApp.

¿Solo?

Ani: Han creado una asociación de... un grupo de la asociación y por ahí lo comunican todo. Quitando alguna excepción de que alguien no lo tenga y que lo llamen por teléfono y ni eso. Porque yo te hablo de mi caso: yo y David no tenemos WhatsApp y se lo mandan a mi hija que no tiene nada que ver con la asociación, para que se lo comunique al padre. Yo encuentro que eso no está bien porque quien está en la asociación es mi marido, no mi hija. Mi hija tú sabes que va y os ayuda porque le encanta y se lo pasa bien pero nada más. Esa es la comunicación que hay.

Merche: Además muy erróneo. No es por nada. Porque si eso por ejemplo si es en horario de trabajo porque si tu hija tiene que tener el teléfono apagado.

Ani: Yo lo encuentro eso muy impersonal. Lo encuentro muy frío. Para mí no es. Lo encuentro más normal llamar por teléfono y decir ¡Oye! ¿Qué te parece que mañana vamos a quedar para tomar un café?

Merche: O por ejemplo a lo mejor, no lo sé, pero por ejemplo hay padres mayores o tal que no tienen más allá ¿no? Y lo sabemos. Lo sabemos. Entonces no sé si tienen WhatsApp o sí que lo tienen pero no lo saben manejar y ellos mismos no contestan y no se enteran. Ya se les nota y hay que llamarles por teléfono.

¿Y no lo hacen?

Merche: No. O se pasa el recado a otra gente que no es de su cargo.

¿En las actividades tipo cuando vinieron “Les Rodes Solidàries” qué implicación o grado de involucración eh tuvieron los padres?

Ani: ¿En “Les Rodes Solidàries”?

O tipo. Esta y otras semejantes.

Ani: En esta misma ninguna. Ninguna porque en realidad yo te voy a decir lo que pensé antes y lo que sigo pensando que ahí ADISPAP no ganaba nada. Ahí ADISPAP ni ganó ni perdió porque no hacía nada. Ahí ADISPAP lo que pasa que “Les Rodes Solidàries” se hizo porque se ponía el nombre de ADISPAP porque creían que de hecho salían en el Boletín y en el boletín del pueblo que salían hablando de “Les Rodes Solidàries” y decían que eso, que era un beneficio para ADISPAP cuando ADISPAP no ha tenido beneficio ninguno. O sea que eso le dieron permiso el Ayuntamiento porque creían que eso era beneficio del Ayuntamiento para ADISPAP, cosa que

es errónea. Entonces yo ahí “Les Rodes Solidàries” no le vi ningún sentido, vaya, y explicación ninguna.

En Santa Llúcia...

Merche: Espera que quería dar mi opinión.

Sí, sí.

Merche: A ver. Yo no lo veo como la Ani del todo, del todo. A ver, lo digo porque esto yo fui la primera que tuvo la conversación con el chico que hizo lo de “Les Rodes Solidàries” y entonces él a mí me preguntó a mí si se podía hacer este evento aquí en Palau de Plegamans. Él no sabía nada de nuestra asociación ni [Gos bordant] de nada me pidió si se podía hacer este evento. Entonces yo le dije que bueno que si además nos podía ayudar a nuestra asociación y además y entonces bueno, de ahí se inició todo de ahí y entonces fue cuando se implicó Juan Ramón ¿no? Y bueno que él lo que necesitaba terreno y tal. [Gos bordant] Dar la casualidad que bueno lo de “Les Rodes Solidàries” se hace en sí por un compañero de mi hijo de colegio que tiene una enfermedad rara se llama “enfermedad de Lemos” ¿vale? Entonces, no voy a explicar la enfermedad porque no acabaríamos nunca. Y entonces de ahí pues bueno a hablar con el Ayuntamiento y tal. Dijimos si podíamos poner una paradeta hasta incluso dijimos de poner pulseras, bolsitas de hacer cosas en aquellos días antes de. Esto se dijo desde el verano para hacer cositas de cositas de ADISPAP y tal. Y a más a más que según el beneficio, si algo nos hacía falta para ADISPAP según el beneficio, dijeron entonces que como antes teníamos una profesora de música y ahora no es que no tengamos profesora de música es que la profesora de música se llevó hasta sus instrumentos musicales pues que bueno, que mirarían ¿no? La verdad es que todavía al día de hoy no se ha cerrado con esta persona sus beneficios y tal. Entonces esto está en stand by. O sea no quiere decir si se ha ganado o no se ha ganado, y si nos van a aportar o no van a aportar. Esto es así. No es ¡NO! O sea se hacía por una causa. Si a más a más nos daban algo [Gos bordant] bienvenido sea y si no... no se dijo sí vamos a ponernos y os voy a dar o quitar ¡No! No es así. Entonces las cosas como son. La ayuda era si podíamos ayudarles a esto [Gos bordant] y luego si salía otro nuevo acontecimiento era otra historia y era para hacerse conocer. Ellos traían todo lo suyo y [Gossos bordant] tal. Pero no que nosotros íbamos hacer un acontecimiento de ADISPAP y entonces eso para el Ayuntamiento y de decir mira que ADISPAP hace este evento tal y para cual...

Ani: Pero el permiso lo dieron por ADISPAP. Porque el Ayuntamiento si te lees la revista creía que le iba a dar beneficio era beneficioso para ADISPAP.

Merche: Pero si el Ayuntamiento no puso ni la publicidad

Ani: ¡Ya! Porque entre comillas la ponían ellos.

Merche: Para lo suyo no para ADISPAP.

Ani: Ya. Pero el permiso del terreno lo dieron porque se ponía ADISPAP si no se llega a poner ADISPAP ya te digo yo a ti que no daban el permiso pero bueno que es igual.

Merche: ¡Vale! Pero que sepas, por ejemplo si hubiera sido por Palau de Plegamans por la publicidad y por todo y por la radio y por todo, no hay publicidad ni hay nada. Mira como pusieron todo para la publicidad que quisieron para lo del queso y se hizo el evento porque lo hacía el Ayuntamiento para hacer la Feria del Queso. O el Ayuntamiento para hacer la Feria de *Santa Llúcia* sí que lo hace. Pero para hacer lo de “Les Rodes Solidàries” no lo hizo el Ayuntamiento. Lo que el chico fue a hablar con el Ayuntamiento fue ¿me dejáis el terreno? Todo lo de la publicidad eso tiene un chorro porque ¿tú sabes lo que es la publicidad, no? Pedir los sponsors [Soroll] todo eso. Todo eso tenía que haberlo hecho ADISPAP si quería algo ADISPAP. Hacer entera la publicidad.

Por todo lo que me habéis explicado en esta actividad de “Les Rodes Solidàries” solo participó o se involucró un padre.

Merche: El Joan.

El Joan y Juan Ramón, aunque es miembro de la Junta, también es padre.

Merche: Claro. Es que el Juan Ramón él es el que se puso en contacto y tal y él es el que quiso hacer el evento por las motos y tal. Y el Joan el día de “Les Rodes Solidàries” quiso estar en el evento.

En otras actividades parecidas a “Les Rodes Solidàries” como Santa Llúcia o poner un stand en una fira ¿el grado de implicación de los padres cómo lo describiríais?

Ani: Pues no sé los padres qué somos en total pero a la mitad no llegan ¡Qué va! ¡Ni con mucho! Porque mira en esta última ha estado Merche, Juan Ramón, Laura...

Merche: No. Padres. Eran David, Ani, la Goyi. Éramos cinco.

Ani: Y por la mañana está Loli, Elena y ya está.

Merche: Sí.

Ani: ¡Y ya está! No había más padres.

Merche: Y de ir a comprar al mercado

Ani: Y de ir a comprar al mercado Merche y mi marido David. Nada más. Y montar desmontar Juan Ramón y David.

Merche: Y el Alfonso un rato.

Ani: ¡Ah bueno! Y Joan que también estuvo el domingo por la mañana. Es lo único. Y si son veinte padres por decirte algo que no sé exactamente lo que somos pero pon de que sean 20 o 25. Puedes hacerte una idea de lo que hubo. Ni la mitad. Y lo sabían todos ¡Eh! Y lo sabían todos.

Merche: Paqui. Perdona. Paqui siempre está pero no ha podido estar porque tenía aquel resfriado y todo eso y tenía que... pero Paqui siempre está.

Ani: Sí. Porque en los ramos estuvo ella.

Merche: Y estuvo.

Desde la perspectiva. Dentro de la Junta. Ya no como madre o padre sino miembro de la Junta.

Merche: Yo no soy miembro de la Junta.

Bueno, pero tu marido sí.

Merche: Pero no me cuenta.

Pero más o menos puedes ver...

Merche: ¡Ya! Si yo me pongo negra. ¡Ya! Yo tengo mal carácter.

De cara a la sociedad ¿se informa correctamente de las actividades que se hacen en ADISPAP?

Merche: ¿A mí?

O sea, no como madre si no como esposa o miembro de la Junta.

Merche: No

No.

Ani: Lo que hablan entre ellos se queda entre ellos.

O sea no se informa correctamente a la sociedad de las actividades de ADISPAP.

Merche: A lo mejor no te entendido la pregunta. A ver. Lo que sabe la Junta aunque sea mujer.

No. No. Como miembro de la Junta aunque seas su mujer, esposa... ya no como padre sino más cercano a la Junta, de cara a la sociedad, a Palau ¿creéis que se informa, la Junta, correctamente a la sociedad de Palau...?

Ani: ...a la sociedad de Palau lo que hace ADISPAP o lo que no hace ADISPAP?

Sí. Sí.

Ani: No. Yo creo que no. No.

Merche: ¿Si ellos informan a los demás? Yo no lo sé.

Ani: Yo creo que no. Porque concretamente no... ¡No! Porque si hay algún sitio o hay algún evento en Palau o en donde sea normalmente nos solemos enterar por la monitora si van a ir o no van a ir. Muchas veces van a participar pero ellos no se han preocupado de decir ¡oye allí van a abrir una tienda! Por decirte algo ¿no? Vamos a ir a ver lo que hay. No.

¿Y con qué recursos cuenta ADISPAP para comunicar ya sea a la sociedad, por ejemplo cuando hace algún evento y participa ADISPAP con qué recursos cuenta la asociación?

Ani: Recursos cuenta o teléfono o WhatsApp o...

Merche: Bueno es que antes teníamos la web pero la han cerrado que teniéndola le podían haber sacado más partido. Por no usarla la han tenido que cerrar por no darle uso.

¿Creéis que la radio, que el espacio que tiene...?

Merche: Que tenéis.

ADISPAP en la radio ¿Creéis que...

Merche: Le podéis dar más.

...tiene importancia o creéis que no?

Ani: No hombre. Yo creo que sí. Incluso para los chavales

Merche: Es importante y además se le puede dar más uso. Para cosas por ejemplo semanales como hacéis. O por ejemplo siempre se podía hablar de durante la semana lo que hubiera darle su uso. Y se debería dar incluso más importante y más audiencia.

Difícil. Lo de la audiencia es difícil.

Merche: ¿Sí? ¿Pero por qué? ¿Por el horario?

¡No! Porque, bueno, cada uno pues tiene un gusto diferente a quien le gusta la música busca emisoras de radio con música a quien le gusten noticias pues busca...

Merche: ¡Ya!

Ani: ¡Sí!

Y como hay internet e internet es un mundo muy amplio y que se ha comido prácticamente a la radio y a la televisión pues...

Ani: Ya.

Merche: Bueno ese espacio por ejemplo también como es de ADISPAP ¿no? ¿Ese espacio es de ADISPAP, no?

Sí, sí.

Merche: Pues es el momento de aprovecharlo y entonces lanzar ahí todo lo que se tenga de ADISPAP para que la gente conozca y más si es emisora del pueblo y para la sociedad.

Ani: Si se va hacer algo o algo utilizar ese medio ya que lo tenéis a vuestro alcance decir joye pues mira mañana ADISPAP va a celebrar yo que sé un [Soroll] cumpleaños en Caldes!

Merche: Sí. O ¡Mañana hay una inauguración de no sé qué y allí estaremos! Si queréis conocernos.

Ani: Darnos más publicidad.

¿Entonces vosotras creéis que en vez de un día a la semana que se emite el programa, debería de haber otro día a la semana para...?

Merche: Sí. Esto. O sea. Ahora porque habéis empezado pero si veis que se hace corto y tenéis que coger dos días pues.

Ani: Yo lo cogería. Si podéis sí. Si tenéis oportunidad.

Merche: Si podéis y os lo podéis organizar ¿por qué no?

Ani: y organizarlo de otra manera así que...

Merche: Si se os hace corto y llega un momento que necesitáis más tiempo porque se os hace corto tendréis que coger dos días.

Ani: Y sería una forma de dar a conocer más a ADISPAP también.

Merche: ¡Claro! Porque también es muy importante. Una cosa es internet y tal pero la voz, el tal, soltar en la misma conversación bueno según con quien hablas sobre todo si es con la Merche y te sale un chiste porque es así pues llegas mucha a la gente. Eso... yo creo que sí.

¡Pues muchas gracias!

Ani: Pues nada. Esperemos que esto te sirva para...

Transcripció de l'entrevista realitzada a la Montse, sòcia d'ADISPAP

Buenas tardes Montse.

Buenas tardes Sonia.

Gracias por concederme esta entrevista.

Es un placer hacerlo.

Cuando quiera comenzamos.

Ya podemos comenzar.

Bien. ¿Cuánto tiempo hace que eres socia?

Veinte años.

Y explica un poco los motivos.

Motivo fue porque yo estaba con una familia que conocía en Palau que tenían un niño discapacitado que es Oriol y de alguna manera conocía a esta familia y quería ayudarlos aunque fuera a todos los de la asociación desde fuera, porque yo no estaba aquí estaba en Barcelona con una aportación mensual me parece que son unos 30€.

Bien. ¿Qué clase de actividad ofrece ADISPAP a los socios?

ADISPAP es un sitio de “*esplai*”. Es un sitio que se pueden desconectar de la tensión que llevan, pueden hacer excursiones, hacer actividades, hacer manualidades, preparar una reunión de comida para que ellos estén bien y puedan expresarse no siempre con una fisio por la escuela todo eso es una manera es un “*esplai*” que abarca muchos puntos.

¿Cómo socia que interesa? ¿Qué tipo de actividades interesa y que ofrezca ADISPAP?

Como socia lo que necesitan ellos repito es un sitio donde puedan desinhibirse de toda la tensión que llevan durante la semana de escuela de fisios y ellos hagan cosas diferentes que sea una diversión un juego que se lo pasen bien que vayan a las discotecas que hagan una excursión para ver otras cosas... ¡Normales! Como son realmente ellos ¡cómo somos todos! Eso es lo que ADISPAP tiene que ofrecer a estos niños.

¿Existe comunicación fluida entre lo que es ADISPAP y socios?

No la que tenía que haber. Supongo que los padres también están cansados llevan un peso fuerte con los niños pero habría que hacer más esfuerzo porque yo creo que se podrían conseguir mucha más cosas con la comunicación más amplia que abriría otros horizontes para

hacer otras actividades que quizás ni se han pensado. Sería cuestión de sentarse y hablar exponer en las mesas ideas nuevas y llevarlas a cabo.

Desde su punto de vista ¿cuál les son los puntos negativos entre socio y ADISPAP?

Bueno. Debido a que todos los padres también trabajan no hay muchas veces que puedan ir a las reuniones. No van a las reuniones que ADISPAP marca la mayoría de veces y eso hace que no estén enterados los socios de toda la evolución de ADISPAP, que pueda salir de estas reuniones las cuales se pueden exponer muchos puntos y dar ideas nuevas para que ADISPAP tenga más apoyo en todo. En este momento yo creo que ADISPAP está bastante sola en general. Tienen mucha voluntad las monitoras los voluntarios pero necesitan más apoyo de todos en general.

¿Qué propondrías para que la comunicación entre socios y ADISPAP fuese más fluida?

Yo propondría que se concienciaran más los padres. Que no es que solo fueran allí a una comida o una cena... dar también los padres que se implicaran más en todo lo que ellos puedan y entonces creo que se podrían abrir fuentes diferentes para que ADISPAP pudiera evolucionar con la voluntad de todos. Lo veo difícil pero creo que es necesario que se haga.

Usted no vive en Palau, Palau pero sí que vive cerca del municipio ¿Cómo percibe ADISPAP de la sociedad?

La percepción de ADISPAP desde Caldes donde yo resido no se percibe porque ADISPAP no se conoce. ADISPAP es una asociación pequeña que la lleva una serie de personas que tienen ganas de que exista pero no tenemos el apoyo general de nadie. Yo creo que habría que abrir fuentes en ayuntamientos en contactos con gente que se implicara más en todo y que nos ayudaran más a abrirnos. Que tuviéramos más posibilidades de hacer publicidad que nos ayudaran en la publicidad que hay. Hay una radio la cual la lleva Sonia y Laura que son dos chicas que lo hacen muy bien pero necesitan también ayuda para abrir allí más fuentes, para poder llevar más temas y todo eso es un trabajo que la gente tendría que darse cuenta y hacerlo. Por ellos y por sus hijos.

Eh...

Perdón. Quizás comprenderían muchas veces que hicieran esto como están también los niños, los hijos que tienen ellos allí y también se darían cuenta ellos que necesitan también de esta... digamos un poquito de esfuerzo que ya se les pide mucho para que ADISPAP funcionara y se conociera en otros municipios no fuera solo en Palau-solità y Plegamans.

Ha comentado anteriormente que existe la radio, un espacio radiofónico. Pero además de la radio ¿qué más recursos necesitaría ADISPAP para hacerse más visible en Palau, Caldes, municipio?

Una ayuda concreta de difusión de tener contactos hablar con gente que nos puedan facilitar algún tipo de financiación para poder hacer una publicidad adecuada, para que se ampliara el grupo de socios que hay en ADISPAP y eso conllevaría pues que también la carga no fuera para cuatro personas. La carga es para todo el grupo que pertenece a ADISPAP y también para la

gente que se consiga eso es hablar con empresas hablar. Tendría que haber una persona dedicada abrir campos en esto. Y entonces quizás ADISPAP podríamos salvarla. Así podemos que ADISPAP llegue un momento que pueda desaparecer por perder el interés sin quererlo de mucha gente que estamos dentro me incluyo yo que tendríamos que estar más encima de todo.

Para recaudar fondos de financiación según su punto de vista ¿qué acciones se deben de llevar a cabo?

Primero intentar difundirlo más. Eso es un trabajo de contactos eso un trabajo de que se hable una persona de lo qué es ADISPAP. Buscar nuevos socios buscar ampliarlo pero tendría que ser una persona que se dedicara a una persona o dos o los que se pudiera, se hiciera un grupo y que se preocupara de las empresas que hay de los sitios de difusión que nos dieran ayuda explicar lo que queremos y lo que ofrecemos para que ADISPAP no se quede como está realmente hoy en día bastante cada vez a peor. No a mejor. La gente se cansa pero hay que buscar. Abrir que no se cansen y que ayuden y que entre gente con aire más fresco con aire diferente como ha sido la incorporación de Esther que es una gran voluntaria es monitora, perdón, y Raquel que son nuevas y tienen ganas de hacer cosas. Es un ejemplo monitoras, voluntarias, más socios, gente que diera ideas que se implicaran realmente en hacer las cosas, que no se cansaran, en las paradas por ejemplo en hacer incluso si me permite usted que lo diga las paradas que se han hecho en Santa Lucía van para abajo en lugar de subir. Se está haciendo una parada muy pobre la cual se ve que no hay ningún interés por nadie de que se vendan. Realmente hablamos de hacer más trabajos manuales de ellos mismos, que hubiera una persona que estuviera por ellos el tiempo que pudiera. Representarla más. Cada vez esa parada representa más la miseria. Cuando hablo de miseria es miseria humana que estamos reflejando ¡no económica! Es como una decadencia que tenemos que darle la vuelta porque cada vez está peor. Esa parada cada vez en lugar de dar ilusión alegría da todo lo contrario: tristeza. Es mi punto de vista.

Pues. Muchas gracias Montse por habérmela concedido.

Muchas gracias Sonia. Siempre que quieras, aquí estaré [Soroll].

Transcripció de l'entrevista realitzada a Víctor, usuari d'ADISPAP

Buenas tardes Víctor.

Buenas tardes.

¿Listo para la entrevista?

Bueno.

¿Cuántos días a la semana vas a ADISPAP?

Martes y jueves.

Me podrías describir aquellas cosas positivas y negativas de venir a ADISPAP.

Bueno. Se hacen muchas distintas actividades.

¿De positivas actividades, no?

[Assenteix amb el cap].

¿Y negativas? Aquellas cosas que no te gustan mucho.

Bueno. No se hace mucha cosa.

¡No! [Silenci] Vale. Eh... ¿Qué tipo de actividades hacéis?

Bailar, escuchar música.

¿Hacéis manualidades?

Mmm [Assenteix amb el cap].

¿Y algún tipo de cosa más?

No. Que yo sepa no.

No. Eh... De estas actividades que has dicho antes ¿qué puntos negativos sacas? O sea... ¿Qué no te gusta de esas actividades?

¡Bua! A mí me gusta todo.

O sea, las actividades que hacéis os gustan.

Sí.

Eh... ¿Alguna vez proponéis actividades?

Sí.

¿Y qué tipo de actividades proponéis?

Bueno. Se puede salir a la montaña a dar un paseo...

¿Y no proponéis ninguna actividad más?

[Silenci] No.

No... solo esta. ¿Y se han llevado a término? O sea vosotros proponéis, por ejemplo, ir a la montaña ¿os han llevado a la montaña?

¡No!

No.

Pero yo voy.

Tú vas. Por tu cuenta.

Sí.

Eh... ¿Cómo os comunican las salidas?

Por una nota.

Una nota. Solo con una nota.

Sí.

Siempre. ¿No os dicen tal día tal hora...?

Con una nota. Sí.

Nota. Eh... ¿Cuándo vosotros proponéis ir a un sitio o a otro y no vais, os dan un motivo u os dicen no vamos a este sitio porque... o no os dicen nada?

No. A veces no se puede.

A veces no se puede. Pero no os dicen no vamos porque... no sé porque o no hay dinero o está muy lejos...

Porque no se puede.

O sea, no dicen. Solamente no se puede.

[Assenteix amb el cap]

¿Los días que no hay actividad qué haces? O sea ¿los martes y los jueves que no hay nada qué acostumbras hacer?

¿Qué hago? Pues hago otras cosas.

¿Pero qué tipo de cosas?

Hago otras cosas. Bueno. Como pasear por el Gallecs, leer [Silenci].

¿Algo más?

Víctor: Y hacer crucigramas.

¡Ah! ¡Te gusta! Bien. ¿Te gustaría cambiar algo de ADISPAP?

No.

¿Alguna cosa?

[Nega amb el cap].

No.

¡Muchas Gracias!

¡De nada!

Transcripció de l'entrevista realitzada a la Laura i a la Sara, coordinadora dels voluntaris i voluntària / familiar d' un usuari d'ADISPAP

(A llarg de l'entrevista s'escolten sons, música, veus, etc. aliens al registrament d'aquesta)

Buenas tardes Laura. Buenas tardes Sara.

Laura: Buenas tardes Sonia.

Sara: Buenas tardes.

Gracias por concederme esta entrevista.

Laura: De nada.

A ver ¿Preparadas?

Laura: Preparadísimas.

Eh ¿Cómo os definiríais?

Laura: Yo soy una chica muy normal sencilla con buen corazón muy sensible y me encanta ayudar a los demás.

Sara: ¡Puff! Es complicado. Normal bastante callada sociable [Soroll] y poco más.

¿Cuánto tiempo hace que eres voluntaria?

Laura: Ahora en enero haré dos años.

¿Y tú Sara?

Sara: A ver. Voluntaria no soy pero soy familiar de un usuario de ADISPAP y bueno, colaboro con ADISPAP desde que él está aquí y él hará unos tres o cuatro años que está en ADISPAP.

[Soroll] ¿Cómo supisteis de la existencia de esta asociación?

Laura: Cuando iba al instituto el Presidente Alfonso Navarro vino hacernos una charla y yo ya me quise apuntar pero me dijeron que no porque era menor de edad.

¿Y tú Sara?

Sara: Yo fue pues, si no recuerdo mal al poco de mudarnos Alfonso o algunos de los voluntarios de la asociación conoció a mi tío y se pusieron en contacto con mi madre por si le interesaría que formara parte de ADISPAP.

¿Por qué ADISPAP y no otra?

Laura: Porque me pilla cerca de casa. No tengo vehículo propio y aparte de [Soroll] mi población soy.

¿Y tú Sara?

Sara: Porque vivimos en Palau y por mayor comodidad.

¿Tenías experiencia previa?

Laura: Con niños discapacitados no. En sector de cuidar niños y tal sí pero con este trato no.

Sara: ¡Sí! Mi tío de toda la vida.

Laura has dicho que tienes experiencia pero no con este sector ¿fuiste algún tipo de asociación o institución?

Laura: No.

¿Eran en casas particulares?

Laura: Sí.

¿Cuánto tiempo dedicáis a esto?

Laura: ¿ADISPAP? [Soroll]

[Assenteixo amb el cap]

Laura: Hacemos talleres los martes y jueves de seis y media a ocho y media y los fines de semana no todos lo hacemos para salidas. Y el último domingo de cada mes vamos a la discoteca.

Sara: Pues yo durante la semana los días que puedo o hago falta vengo a los talleres y alguna salida también voy.

¿Cuándo te apuntaste Laura te informaron sobre [Soroll] las características del público al que te ibas a dedicar?

Laura: No. Sinceramente vino Alfonso que yo estaba trabajando en el bar, vino a felicitar a mi padre y me dijo que necesitaban voluntarios y que me presentara mañana. Y así fue.

O sea ¿encontraste una carencia de información?

Laura: [Assenteix amb el cap].

¿Cómo supiste? ¿Cómo llegaste a conocerlos?

Laura: Pues poco a poco pero gracias a los padres que estaban aquí al [Soroll] contable más que nada y eso. Y la gente y los críos también poco a poco te van explicando sobre todo Sonia y Laura.

Gracias.

Laura: [Riu].

¿Cómo describirías, tú también, la relación que tenéis entre la Junta y los padres?

Laura: ¿La Junta y los padres?

Y vosotros. O sea con la Junta y los padres.

Laura: Muy nefasta. No hay mucha comunicación cada uno va a su bola y luego son los problemas que están acarreando con lo que hay en la asociación.

Sara: Sí. Van cada uno a lo suyo básicamente.

¿Ambas?

Sara: Sí.

¿Junta y padres?

Sara: Si la Junta de vez en cuando consigue ponerse más o menos de acuerdo con algunos padres, sí se pueden poner de acuerdo pero luego hay otros que están prácticamente desaparecidos.

Laura: Yo llevo dos años y apenas conozco a muchos padres.

Sara: Yo el tiempo que llevo aquí hay padres que ni siquiera sé quiénes son. Los ves en las cenas de Navidad o cuando se hace a lo mejor alguna reunión y yo cada vez que los veo no los recuerdo de una vez para otra. No los identifico.

¿Encontráis algún punto positivo en esta relación voluntarios-Junta voluntarios-padres? ¿O todo es negativo?

Laura: A ver. Positivo los padres que sí que vienen te ayudan a todo lo que pueden ellos ¿sabes? Y te dan el cariño de... que te ven que no estás sola en esos momentos que tienes no a todos los que tú quisieras pero aunque sean unos cuantos.

Sara: Los que colaboran al menos cien por cien.

Laura: Sí.

¿Qué creéis que se tiene que hacer para mejorar esta relación?

Sara: Orden.

¿Orden?

Sara: Sí. Yo creo que lo que le falta a ADISPAP es estructura.

¿Y tú Laura?

Laura: Yo creo lo mismo ¿sabes? Que no se columpien. Que si uno dice una cosa que se mantenga con eso que no que uno diga blanco el otro negro y al final acabes siendo gris sino que se mantengan con lo primero que digan. Y no mareen a la gente.

¿Cómo describirías la relación entre voluntario y voluntario? O sea entre tú y la Sara tú y otro voluntario.

Sara: ¡A matar!

Laura: [Riu]

¿A matar?

Sara: ¡Por favor! ¡No nos podemos ni ver!

Laura: [Riu] ¡No! Con Sara no. Con Sara ¡Genial! Con otros monitores sí que es verdad que ha habido muchos problemas con los otros voluntarios porque ellos saben dónde vienen de voluntariado y se lo pasaba un poquito por ahí en pocas palabras.

¿Y aspectos positivos en la relación entre voluntario y voluntario?

Laura: Que he ganado una amiga.

¿Y tú compartes esto o no?

Sara: Sí. A ver. Quizás con algunos voluntarios el problema también es eso al ver que en la propia Junta no hay una estructura [Soroll] un orden ya da pie a que los voluntarios no vean una pauta y tampoco sigan una pauta. Entonces esto es jauja.

Desorden.

Sara: ¡Sí! Esto es jauja y puedo hacer lo que quiera.

¿Qué se tendría que hacer para mejorar la relación entre voluntarios?

Laura: Presidente y Junta que explicaran bien a donde vienen y...

Sara: Lo que implica.

Laura: ... lo que implica ser voluntario y dar las pautas que tengan que dar.

Sara: Y lo que se espera de ellos.

Laura: Y que se esperen de ellos.

Sara: Sobre todo que se esperen un compromiso. Que se entiende que son voluntarios que vienen porque quieren y que dedican el tiempo que pueden dedicar pero que ese tiempo realmente lo dediquen.

¿Con qué recursos comunicativos o medios de comunicación tenéis a vuestra disposición para comunicaros ya sea con padres, Junta, usuarios?

Laura: Por teléfono y por WhatsApp ahora mismo.

Sara: Y el Facebook.

Laura: Y el Facebook de ADISPAP.

Bien. Explica un poco, cualquiera de las dos, como es la relación entre voluntario y usuarios.

Laura: Yo hablo ahora mismo hablo yo por mí ¿vale? Pero conmigo muy bien. Sí. No he tenido ningún problema con nadie y yo creo que los quiero mucho y ellos a mí también.

Sara: La verdad es que muy bien. Sí. Todos con sus cosas sus idiosincrasias cada uno con sus especialidades pero todos muy bien. Son un grupo muy unido la verdad.

Como voluntaria ¿a qué problemas de comunicación te enfrentas?

Laura: Pero ¿tema usuario o tema padres o...?

Un poco en conjunto.

Laura: Tema de padres: Cuando mando algún papel o los llamo pasan un poquito de todo. Cuando les tienes que ayudar a que tal día hacemos una salida como se tengan que mover ellos es más fácil decirles que no van. Y tema los niños bien.

Estos problemas que has comentado ¿con qué recursos cuentas para hacerles frentes o para encontrar solución a esos problemas?

Laura: Pues por la Junta en principio pero por lo que tampoco hacen nada. Entonces en esos momentos te ves sola y es cuando acabas explotando y pierdes los papeles con la Junta para que te hagan caso.

Sara: Básicamente sí.

¿Creéis que necesitáis medios u otros medios para hacer frente a problemas que surjan de comunicación?

Laura: Sí.

¿Cómo cuáles? [Soroll]

Sara: Implicación.

Implicación.

Sara: Implicación.

¿Alguno más?

Laura: La disciplina.

Sara: Yo creo eso. Más implicación de los padres.

Laura: Porque también el problema que los padres también son mayores y es el problema de...

Sara: Y muchos yo creo que no se implican ya por no por no querer sino por no poder. Porque yo también creo que es porque hay padres que ya son mayores que a lo mejor aunque quisieran la salud no se lo permite.

¿Cuál las son aquellas acciones de comunicación que creéis más oportunas para que ADISPAP sea más visible de cara a la sociedad?

Laura: Facebook ¿no? Mismo.

Sara: Quizás sí. [Soroll] En redes sociales.

Laura: En redes sociales.

Sara: Ahora mismo es donde tienes más visibilidad.

Laura: Hoy en día todo el mundo tiene internet tiene Facebook tiene... no sé.

¿Y para comunicarlas mejor?

Laura: ¿Para comunicar?

O sea hacéis una actividad ¿para comunicarla? Por ejemplo... pongo el ejemplo de “Les Rodes Solidàries”, ponéis un stand en una feria o una actividad extra ¿Qué medios pensáis vosotras [Soroll] que son más efectivos para darlas a conocer en Palau?

Sara: En Palau sería más efectivo eso. Porque en Palau es un stand por ejemplo en una “fira” que se celebre en Palau en Palau ya ADISPAP se conoce. Si se celebra una “fira” de lo que sea y se pone un stand y dices ahí está ADISPAP corre la voz. Se conoce la asociación en Palau que parece más efectivo porque es más inmediato que decir uso una red social ya tienes que entrar en el ordenador dar a red social y tener [Soroll] una buena red social.

La última pregunta ¿Creéis que ADISPAP es conocida para aquellos sectores de la sociedad que busca a lo mejor un espacio como este?

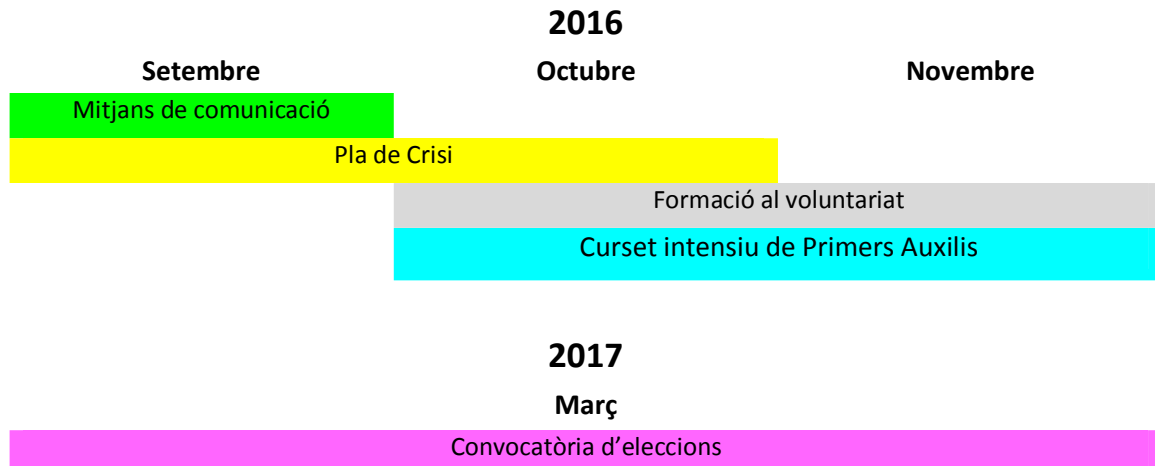
Laura: No. Yo creo que le faltaría algo más.

Sara: No. ADISPAP fuera de lo que es Palau o Caldes porque también hay usuarios de Caldes no creo que se conozca.

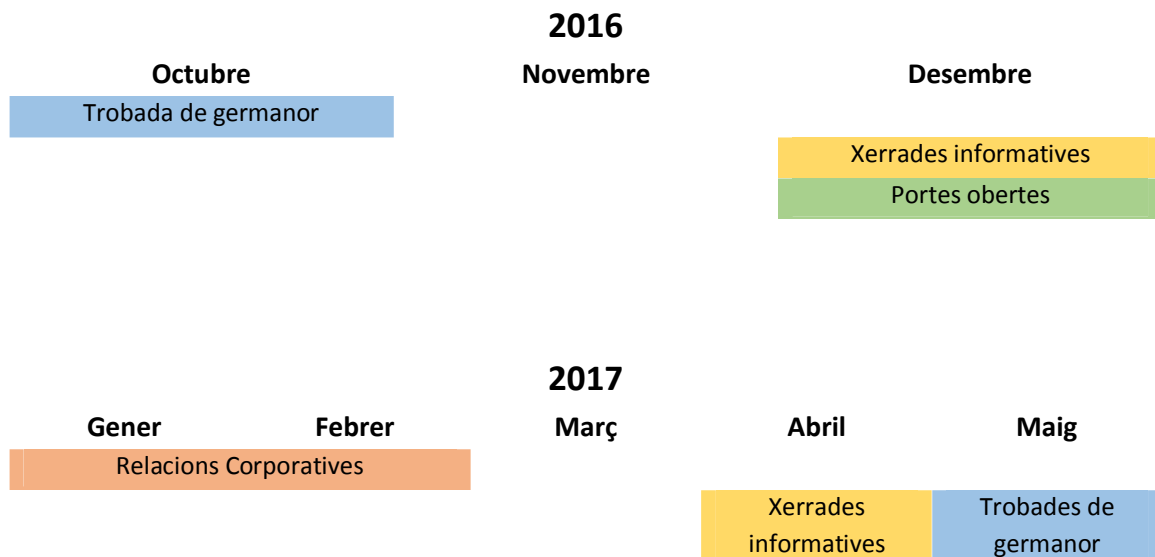
Pues. Muchas gracias por vuestro tiempo.

ANNEXES III

Timing de les accions protocol·làries i normatives



Timing de les accions de comunicació dirigides als grups d'interès



ANNEXES IV

Localització i disseny per una pancarta



Font: Imatge extreta del Google Maps

Concert benèfic a càrrec d'ADISPAP

*Diumenge 14 de maig de 2017
de 10 a 16h*

- Actuació musical de Rodes
Solidàries
- Activitats per als més petits
de la casa
- Botifarrada + begudes
fresques (10€)
- Exposició de Harley
Davidson



Al costat del Poliesportiu de
Palau-solità i Plegamans



Més informació a:
 Asociación Adispap



Banderola

Concert benèfic a càrrec d'ADISPAP

*Diumenge 14 de maig de 2017
de 10 a 16h*

- Actuació musical de Rodes
Solidàries
- Activitats per als més petits
de la casa
- Botifarrada + begudes
fresques (10€)
- Exposició de Harley
Davidson



Al costat del Poliesportiu de
Palau-solità i Plegamans



Més informació a:
 Asociación Adispap



ANNEXES V



ASSOCIACIÓ DE DISCAPACITATS
ADISPAP
Masia de Can Cortès (taller - Centre Cívic)
Cami Relat, 56
08184 Palau-solità i Plegamans
Tel. 609705522

ADISPAP i Rodes Solidaries s'uneixen per una bona causa

- **El grup musical Rodes Solidàries actuarà pròximament a Palau-solità i Plegamans oferint un espectacle únic als assistents a l'acte benèfic organitzat per ADISPAP**

Palau-solità i Plegamans, 04 de maig de 2017 -. L'entitat de Palau-solità i Plegamans ADISPAP, conjuntament amb altres entitats socials del poble, organitzaran un esdeveniment benèfic el proper 14 de maig del que podrà gaudir tothom que ho desitgi.

L'original grup musical Rodes Solidaries serà el cap de cartell d'aquest esdeveniment. Sense cap mena de dubte la utilització de les motos en les seves actuacions fa que aquest grup ofereixi sempre un espectacle diferent i inoblidable al seu públic.

A més de la actuació de Rodes Solidaries els assistents a l'esdeveniment també podran gaudir d'una botifarrada popular i una concentració de les mítiques motos Harley i Davidson, la qual el propi grup musical farà la convocatòria entre els seus seguidors fanàtics de les motos. També hi hauran activitats dirigides per els mes petits com tallers de manualitats o maquillatge.

Sobre ADISPAP

ADISPAP és una associació per a persones discapacitades ubicada a Palau-solità i Plegamans, que fou constituïda a mitjans de la dècada dels noranta.

L'associació promou la integració i la igualtat d'oportunitats de les persones discapacitades vers la societat i ofereix suport a les seves famílies en el dia a dia. Se centra a millorar les condicions de vida de les persones amb limitacions dins la comunitat per dur a terme la plena integració.

Per més informació:

Sonia Garcia

Tel. 679853854

Mail: hardkera@gmail.com